

# SHOWCASE

**SHOWCASE**  
**#MAGAZINE**  
**#SHOPPING**  
**#VITRINES#**  
**PARIS#**  
**ETE 2017**  
**#NUMERO10**



NUMERO 10  
ETE 2017  
SUMMER 2017

*Pour ce nouveau numéro, nous avons envie de proposer un contenu qui nous ressemble, en hommage à la parfaite parisienne : fraîche, pétillante, dynamique, indépendante, tendance, chic et raffinée mais également engagée en faveur de causes qui lui tiennent à cœur.*

*For this brand new issue, we wanted to propose you something like us, in honour of the perfect Parisian : fresh, bubbly, dynamic, independent, trendy, chic and refined but also committed to great causes.*

*Dans ce numéro estival, vous retrouverez ainsi toutes les nouveautés de la saison au travers de vos rubriques Beauté, Mode, Art de vivre, mais également des focus sur des marques que nous affectionnons pour leur engagement ou leur rapport aux femmes, à commencer par Clarins qui s'engage depuis 20 ans pour l'enfance. Nous avons envie de mettre en avant toutes ces femmes qui œuvrent pour les autres femmes, qu'elles soient égérie, à l'instar d'Angelina Jolie pour Guerlain, ou encore de Viviane Zaninoli qui chaque année rassemble les femmes autour d'une même passion au travers du rallye des princesses.*

*In this summer issue, you'll find all the new products of the season through the Beauty, Fashion, Lifestyle sections but also focuses on the brands we love for their commitment or their view on women, first like Clarins which has been committed to children for 20 years. We wanted to put forward all the women who work for other women whether they are spokesmodels like Angelina Jolie for Guerlain, or Viviane Zaninoli who gathers women around the same passion in the Princesses' Rallye each year.*

*Showcase vous invite également à découvrir des invités de renom : Bensimon, notre marque chouchou intemporelle et casual et l'enseigne Sephora, la référence en matière de beauté, toujours en quête de nouvelles marques - parfois exclusives - et qui plaisent à toutes les femmes, quels que soient leurs envies et leur budget. Nous espérons que Showcase vous accompagnera partout durant vos vacances que ce soit sur la plage ou lors d'un moment de détente en terrasse.*

*Showcase also invites you to discover renowned guests: Bensimon, our timeless and casual favourite brand and Sephora, the beauty reference, always looking for new - sometimes exclusive - brands, pleasing all women whatever their desires and budgets.*

*We hope Showcase will be with you everywhere during the summer on the beach or relaxing on a terrace.*

*Bel été ! Have a nice summer !*

*Sylvie Cousantier, Rédactrice en chef Sylvie Cousantier, editor in chief*

Couverture : Photo Pronails  
Collection Clash Couture

**SHOWCASE** Vitrines en vue

Magazine édité par  
S.C. 324 rue Saint-Honoré - 75001 Paris  
Rédactrice en Chef : Sylvie Cousantier  
06 72 42 77 76 - showcase.redaction@gmail.com  
Publicité : showcase.regie@gmail.com  
Site : showcaseparis.com

Ont collaboré à ce numéro :  
Chloé Consigny, Judith Girard-Marczak, Stéphanie Leclère,  
Emmanuelle Regaert, Anne-Laure Serent, Sonia Cordet,  
Julie Lodinot, Marion Jaloux.  
Graphisme/maquette : OSCAR  
Photographes :  
Juliette Flageollet. www.julietteflageollet.com  
Pierre Schwartz. www.pierreschwartz.fr

Imprimeur : Imprimerie Chartrez 62055 Saint-Nicolas-lez-Arras  
Dépôt légal juillet 2013  
Showcase est une marque déposée auprès de l'Inpi

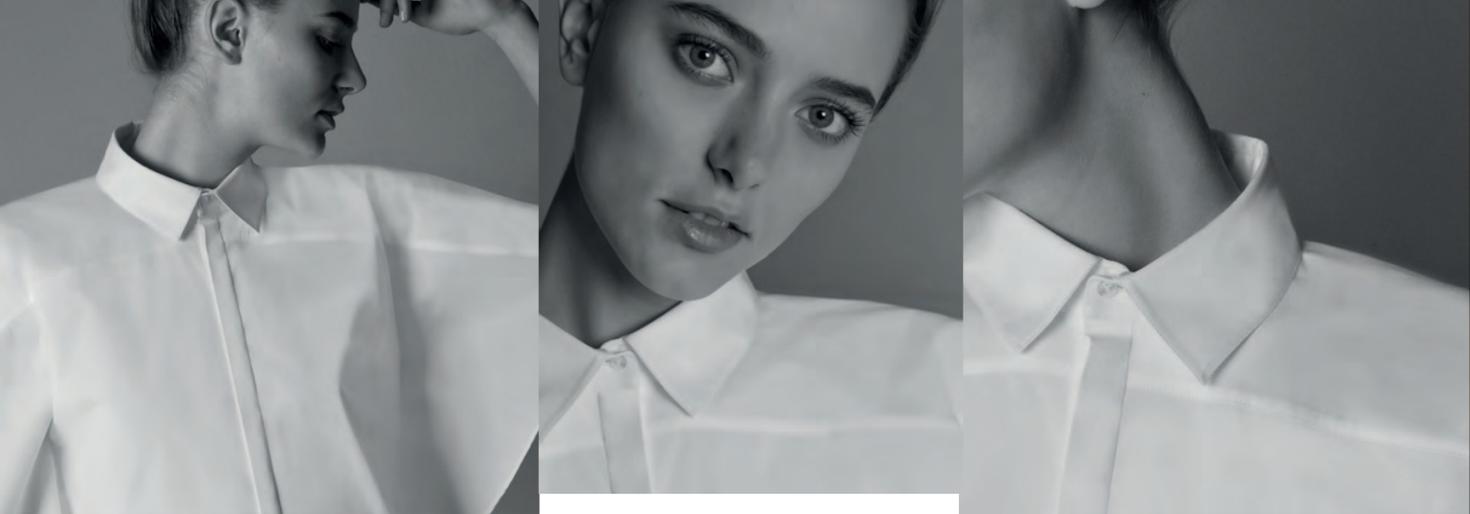
Distribué dans les hôtels parisiens de luxe,  
et les lieux tendances (Colette, Artzart, etc.)



PASSEZ À  
LA NOUVELLE EAU DE L'ÉTÉ

ROGER & GALLET

195 RUE SAINT HONORÉ - PARIS



## #ZOOM#sur ANNE FONTAINE

**ICONIQUE**  
Anne Fontaine

Cet été, la papesse de la chemise blanche décline sa pièce fétiche en robe structurée. Pour sa création, joliment baptisée «Corentine», l'honneur est au chic et au minimalisme. On aime l'effet déstructuré et quasiment graphique des manches chauve-souris qui confèrent à Corentine un aspect résolument rock. Du bureau à la plage, en passant par les soirées en ville, cette pièce se porte en toutes occasions. Reste à l'accessoiriser selon ses envies : bracelets pops ou sages, ceinture épurée ou ultra-travaillée, escarpins ou sandales plates, tout fonctionne ! Il est même permis et recommandé d'agrémenter la petite robe blanche d'un pantalon sophistiqué les jours de mauvais temps. Une pièce iconique qui témoigne une fois encore de l'immense talent de la créatrice. Au fil des saisons, Anne Fontaine décline la chemise blanche, sans jamais se lasser. Elle évolue autour du classique intemporel tout en le revisitant. Le faux-pas devient alors impossible. A découvrir en édition limitée, uniquement sur le e-shop.

[www.annefontaine.fr](http://www.annefontaine.fr)

This summer, the queen of the white blouse redesigns her favourite item in a well-structured dress. For its creation, well named "Corentine", chic and minimalism are the key words. We love the deconstructed and almost graphic effect of the bat sleeves giving Corentine a really rock aspect. From the office to the beach, via parties in town, this piece of clothing can be worn for any occasion. Just choose the accessories according to your mood : pop or simple bracelets, pure or very refined belt, high-heeled shoes or flat sandals, everything matches ! You can afford and it is even recommended to wear sophisticated trousers under the little white dress in case of bad weather. An iconic piece showing one more time the designer's huge talent. Throughout the seasons, Anne Fontaine redesigns the white blouse without ever becoming bored. She evolves with timeless classic redesigning it at the same time. So, the fashion faux pas is impossible. To be discovered in limited edition, only on the e-shop.

[www.annefontaine.com](http://www.annefontaine.com)

**ICONIC**  
Anne Fontaine



# PERLANESSE®

COSMÉTIQUE BIO | LUXE

BY  
Laboratoires **BIMONT**

## Visionnaire par nature



[www.perlanesse.com](http://www.perlanesse.com)

# NEWSACTU



## L'Eau Dynamisante fête ses 30 ans !

En créant en 1987 l'Eau Dynamisante, Jacques Courtin-Clarins ne sait pas encore qu'il va imaginer un tout nouveau geste soin : l'Aromaphytosoin. Maintenant devenue une habitude beauté, l'Eau Dynamisante permet de se rafraîchir aussi bien le corps que l'esprit, tout au long de la journée. Energisante et relaxante, son odeur citronnée vous emportera loin de votre quotidien !

**Eau Dynamisante, Edition Limitée 30ème anniversaire, à partir de 25 euros les 30 ml, Clarins, [www.clarins.com](http://www.clarins.com)**

## La première brosse à cheveux connectée

En partenariat avec Withings, leader de la santé connectée, Kérastase crée la toute première brosse à cheveux connectée afin de vous proposer les soins capillaires les plus adaptés à votre chevelure. Nombre de coups de brosse, force du brossage, souplesse et sécheresse du cheveu, apparition de fourches... A l'aide de capteurs intégrés à la brosse et d'un microphone, toutes ces informations sont transmises à une application mobile qui vous apporte par la suite des conseils et des rituels personnalisés. Un véritable diagnostic sur-mesure, chez vous !



**Kérastase Hair Coach, 200 euros, Kérastase, [www.kerastase.fr](http://www.kerastase.fr)**

## Quand la bagagerie rencontre la cosmétologie

D'un côté, nous avons Hervé Herau, thérapeute cutané, à l'origine de la ligne de soins The Way of Alchemy. De l'autre, Jeanne Signoles, fondatrice de la marque de bagagerie L/Uniform. Ce qui les rassemble ? Leur souhait d'embellir le quotidien des femmes... et leurs origines bordelaises ! De cette collaboration naît un mini-vanity en toile de coton et lin gansé de cuir gris, doublé d'une toile enduite en coton déperlante et anti-tache, composé des essentiels formats voyage et rechargeable The Way of Alchemy. Une manière pour les deux créateurs d'accompagner hommes et femmes dans leur voyage.

**Mini-vanity Les Essentiels d'Hervé Herau N°33 L/Uniform, (Face Cleanser Care, Gel Lotion Care, Skin Care, Extra Rich, Lip care et Pommade), 495 euros, Hervé Herau x L/Uniform, en exclusivité chez Colette.**

## A nous l'Instant Sexy Hollywood Glow !

Connue pour ses soins visages cuits aux Etats-Unis, Glamglow présente son Glowstarter, un produit inédit qui révolutionne les soins hydratants. Composé entre autre de vitamines nutritives, d'acide hyaluronique, d'huile de jojoba et de beurre de karité, ce soin apporte à la peau hydratation et éclat. Associé à de fines particules de nacre qui vont capter et réfléchir la lumière, votre visage est frais et lumineux, les imperfections sont floutées. La star du jour, c'est vous !

**Glowstarter, 39,90 euros, Glamglow en exclusivité chez Sephora, [www.sephora.fr](http://www.sephora.fr)**



## Bikini express

Depuis plus de 30 années, les laboratoires Blondépil se placent aux côtés des femmes en leur proposant des solutions épilatoires efficaces et rapides. Hormis les incontournables : gel décolorant, crème dépilatoire et cire froide, Blondépil s'adresse désormais aux jeunes filles avec une gamme qui leur est dédiée, Blondépil 100% filles, et livre une innovation pour cet été 2017 : la cire froide spécial bikini. Des bandes plus longues et plus fines qui s'adaptent aux contours du maillot de bain et une composition enrichie en extrait de cire essentielle de lotus pour s'adapter aux peaux sensibles.



**16 bandes de cire froide prêtes à l'emploi + 2 lingettes finition parfaite + un tuto papier, Blondépil, 4,79 euros. Blondépil 100% filles, disponible chez Monoprix, Franprix, en GMS et sur [www.blondepil-eshop.com](http://www.blondepil-eshop.com)**



## Duo choc contre la pollution

Outre le vieillissement naturel, nous devons maintenant nous armer contre la pollution qui fragilise la peau et qui l'empêche de respirer. Darphin complète sa gamme Intral avec deux nouveaux produits ; la Mousse Douceur Nettoyante nettoie délicatement notre visage, le détoxifie tout en protégeant la barrière d'hydratation de la peau. Le Voile Protecteur Urbain SPF 50 possède une protection UVA/UVB, protège notre épiderme de la pollution. Invisible sur la peau, il unifie et lisse la peau, ce qui en fait également une très excellente base de maquillage.



**Mousse Douceur Nettoyante, 27 euros  
Voile Protecteur Urbain SPF 50, 40 euros, Darphin, [www.darphin.fr](http://www.darphin.fr)**

## NIA, votre allié indéfectible contre le vieillissement

Après avoir ciblé principalement les peaux matures, StriVectin souhaite s'adresser plus particulièrement à la génération Y, à travers sa nouvelle marque de soins visage, NIA. Les jeunes femmes qui n'ont pas encore de rides très visibles mais qui souhaitent s'y prémunir trouveront au sein de NIA des soins qui leur sont totalement dédiés. La lumière bleue des écrans altère l'éclat, l'abus de maquillage fragilise notre peau, le stress et les nuits de fête brouillent notre teint. Notre mode de vie évolue, NIA va donc suivre son évolution pour nous permettre de conserver le plus longtemps possible une jolie peau éclatante de beauté. Simple d'utilisation, les différents produits ciblent chacun un besoin en particulier afin d'aller à l'essentiel. Texture sensorielle et besoin ciblé, NIA ne va plus vous quitter.

**A partir de 28 euros le Glow on Demand, NIA en exclusivité chez Sephora, [www.sephora.fr](http://www.sephora.fr)**

## Du venin d'abeilles dans nos soins ?

Abellie frappe fort et présente sa nouvelle gamme Eclat Royal, enrichie en venin d'abeilles, dans une crème jour et une crème nuit. Au contact de ces soins, la peau se sent comme légèrement piquée ; en réaction, celle-ci produit du collagène et de l'élastine qui va lisser la peau, la rendre plus douce et atténuer les taches. La crème de nuit favorise la régénération cellulaire pour qu'au réveil, le teint soit plus lumineux. Avec au minimum 96% d'ingrédients végétaux issus de l'agriculture biologique, vous pouvez compter sur les abeilles pour vous rendre encore plus belle !

**Crème jour/nuit Eclat Royal, 30 ml, 39 euros l'unité  
Coffret Eclat Royal comprenant 1 crème de jour et 1 crème de nuit, 69 euros, Abellie, [www.abellie.fr](http://www.abellie.fr)**



# Silhouette®

LUNETTES AUTHENTIQUES. DEPUIS 1964.

**ARTHUR ARBESSER**

FOR SILHOUETTE

[www.silhouette.com](http://www.silhouette.com)



#FOCUS#



## PRONAILS l'onglerie *audacieuse* & LUDIQUE

*ProNails, c'est la marque de manucure haute précision made in Belgique. Showcase a voulu en savoir davantage sur cette Maison ultra-vitaminée au savoir-faire professionnel qui est parvenue à se hisser au rang des plus grands.*

Rencontre avec Michael Van De Put, directeur artistique de ProNails.

Quelles sont vos sources d'inspiration ?

Une partie importante de mon travail consiste à avoir sans arrêt une fenêtre ouverte sur les tendances et les couleurs à venir. Pour ce faire, je m'attache à prendre le temps de flâner sur instagram et sur les blogs du monde entier. Mon inspiration me vient également au fil de mes voyages et de mes découvertes. Je reste par ailleurs toujours très à l'écoute de notre large réseau interne de professionnels. En effet, nos distributeurs, nos formateurs et nos clientes sont tous passionnés par l'Art de l'onglerie. Au travers de leurs expériences, ils sont eux aussi très souvent force de propositions.

Expliquez-nous la genèse de la dernière collection «Clash Couture»

Pour cette saison, je me suis largement inspiré des couleurs mises en avant par le monde de la mode. En effet, 2017 est une année audacieuse, avec des juxtapositions de matières et de couleurs. Pour la collection Clash Couture, j'ai donc misé sur des tonalités choës, combinées à des effets d'ongles spéciaux ! Cette collection est à la fois expérimentale et ludique : choc, chic et résolument avant-gardiste. Finalement je dirai que ces teintes sont un appel à nos clientes à opter pour l'audace ! Avec Clash Couture, on ose le mélange des couleurs et le clin d'œil rock, comme un confetti métallique, un timbre ou encore de la poudre pailletée holographique.

A qui s'adressent les créations ProNails ?

Au travers des professionnels de la beauté : techniciens de l'onglerie et esthéticiennes, nous nous adressons à toutes les femmes. Celles qui rayonnent au quotidien et savent profiter des petites choses de la vie. Car, finalement, nous avons conscience que se sentir bien dans sa peau tient parfois à peu de chose, comme par exemple à une manucure impeccable ! Nous avons créé l'académie ProNails à destination des professionnels. Une professionnelle ProNails se distingue par sa capacité à aller toujours de l'avant : dans la maîtrise des nouvelles techniques, dans sa curiosité à connaître les nouvelles tendances. Nos professionnelles ont pour mission d'être inspirantes pour leurs clientes en les accompagnant jour après jour avec leurs talents créatifs !

www.pronails.fr

*ProNails is the high quality manicure brand made in Belgium. Showcase wanted to know more about this colourful House with a professional know-how which made it one of the best.*

Meeting with Michael Van De Put, Creative Director at ProNails.

Where do you mostly find inspiration ?

I am connected with several international trend agencies, which is important to get the big picture and to have the correct insights into the international colour trend forecasts. So inspiration can come from many different places : it can come from my Instagram feed, a beauty blog, a country I travelled to. But it can equally come from within our extensive network of ProNails professionals : our distributors, our trainers, our customers, they are all very passionate about nail styling and can sometimes bring the best ideas or techniques.

What was the inspiration behind the new Clash Couture Collection ?

Fashion is bringing very bold colour statements this season, in often unusual combinations, and is using a lot of striking visual effects when it comes to materials and new finishings : we see soft pastels mixed with mirroring metallics, holographic glitters on top of bright rainbow colours... As an answer to this I wanted a high summer Nail Collection that offered "clashing" yet confident bright colours, combined with some striking new special nail effects.

Who is the typical ProNails woman?

Our first target is every woman through the beauty professional : nail technicians or estheticians. A ProNails Woman is every woman that loves to shine a little brighter, and enjoys the little things in life. After all : sometimes feeling great is only a manicure away ! Our ProNails Academy offers basic trainings and workshops to continuously improve your expertise as a nail tech. Through the nail studio's or beauty salons we also target the salon customers, with inspiring new collections and trend colours every season as well as professional quality hand, nail and foot care and innovative nail services.

FOCUS on the Couture Collection

# NEWSACTU

## Vita Coco Oil débarque chez Sephora

L'huile de coco est maintenant connue depuis des années pour ses nombreuses vertus nourrissantes et apaisantes. Plus besoin de courir les magasins bio pour la trouver, Vita Coco Oil prend ses quartiers en exclusivité chez Sephora ! 100% naturelle, bio et ultra-pratique grâce à ses innombrables fonctions beauté (bain d'huile pour cheveux, baume pour les lèvres, crème hydratante, démaquillant, crème de rasage...), la Vita Coco Oil sera disponible en deux formats, à emporter partout avec soi ou à dispo dans notre salle de bain.



Vita Coco Oil, à partir de 5 euros les 50 ml, Vita Coco en exclusivité chez Sephora, [www.sephora.fr](http://www.sephora.fr)

## Joyeux anniversaire Paul & Joe Beauté !

A l'occasion de ses 15 ans, Paul & Joe Beauté crée un coffret beauté irrésistible, à l'intérieur duquel se cachent des surprises ! Sous forme de chats, 6 fards visage et paupières se sont introduits dans le vanity. Ne les laissez pas s'échapper, vous pourrez en conserver 3 dans votre sac à main grâce au boîtier ! Un rouge à lèvres s'est également glissé, orné d'un chat coiffé d'un chapeau ! Emmenez partout avec vous votre make-up dans l'adorable trousse en forme de tête de félin, chat-crément mignon tout ça !



Vanity Beauté, 72 euros, Paul & Joe Beauté, [www.paul-joe-beaute.com](http://www.paul-joe-beaute.com)

## Une routine plus que parfaite

Inspirée par la routine beauté des Coréennes, Caudalie crée son Essence Concentré Eclat Vinoperfect. Ce soin, à utiliser avant le sérum pour en décupler ses effets, possède une texture aqueuse qui procure une agréable sensation de fraîcheur. Gorgée en actifs, la peau est repulpée, lisse et ferme. Elle gagne en éclat et en uniformité. Combinée au Sérum Eclat Anti-Taches Vinoperfect, vous retrouverez rapidement un teint lumineux.



Vinoperfect Essence Concentrée Eclat, 25,20 euros, Caudalie, [www.caudalie.com](http://www.caudalie.com)

## La beauté au cœur de l'assiette

Le Docteur Olivier Courtin-Clarins, Directeur Général du Groupe Clarins, apporte dans cet ouvrage de nombreux conseils alimentaires afin de conserver notre capital beauté. De petites habitudes ainsi que des recettes délicieuses, simples et rapides à réaliser qui vous réconcilieront avec un mode de vie sain et healthy. Illustré par Fabienne Legrand, «Belle dans mon Assiette» deviendra le guide des femmes qui veulent associer plaisir, santé et beauté à de bons réflexes culinaires.



Belle dans mon Assiette, Dr Olivier Courtin-Clarins, Illustrations par Fabienne Legrand, Editions Recherche Midi, 17 euros

Showcase été 2017



## Balayage méditerranéen et blond polaire

Cet été, Mario Lopes, meilleur coiffeur et coloriste de l'année 2006 et 2011, joue avec les extrêmes dans nos cheveux. Pour les brunes, le balayage méditerranéen, un soin à base d'huile d'argan, qui illumine la chevelure, tout en lui apportant des nuances subtiles sans perdre son identité couleur. Au final, une couleur vibrante qui permet aux cheveux bruns d'éclaircir jusqu'au blond, et cela sans entretien. Celles qui préfèrent les tons plus froids et nacrés s'orienteront vers le blond polaire. Reflets pastels voire légèrement rosés, c'est LA couleur de la saison. Succomberez-vous à l'appel du grand froid ou à la chaleur du sud ?

Mario Lopes, 88 bis Avenue Mozart, 75016 Paris 46 Rue du Colisée, 75008 Paris, [lopesmario.com](http://lopesmario.com)

## Natural Love, naturellement belle



Encore un nouveau succès en vue pour la nouvelle palette Too Faced, la Natural Love. 30 teintes sont réunies dans ce nouvel objet de désir, un camaïeu de couleurs neutres issues à la fois des palettes best-sellers de la marque (Natural Eyes, Natural Matte et Natural At Night) mais complétées également par des teintes totalement inédites. Quelle femme serez-vous aujourd'hui ? Optez pour les teintes les plus douces pour un make-up nude ou osez les plus foncées pour un smoky rock.

Natural Love en édition limitée, 55 euros, Too Faced en exclusivité chez Sephora, [www.sephora.fr](http://www.sephora.fr)

## Les bienfaits du thé dans un baume

Thémaë est une marque de beauté française, qui célèbre le thé et ses multiples vertus au sein de ses produits. Connu pour ses propriétés anti-oxydantes, la marque l'intègre au cœur de ses formules pour des soins naturels qui subliment le corps. Pour ses 3 nouveaux baumes, Thémaë infuse dans une eau de source pure du thé vert, thé noir, thé blanc, et thé bleu-vert. De l'huile de chanvre et de macadamia sont ajoutées dans ce mélange précieux afin de nourrir, sublimer et hydrater la peau. Elle retrouve son aspect lisse, sans fini gras. Laissez-vous emporter par leurs parfums subtils et envoûtants, parfaits pour un moment de communion entre le corps et l'esprit.



Baume de Printemps / Baume des Quatre Thés / Baume Délicieux Thé en Orient, 200 ml, 56 euros, Thémaë, [www.themaefr](http://www.themaefr)

## La renaissance des parfums Jacques Fath

C'est en 1946 que Jacques Fath, célèbre couturier français, se lance dans le parfum avec l'aide du parfumeur Vincent Roubert. C'est notamment ensemble qu'ils créeront le célèbre Green Water. Un peu plus de 70 ans plus tard, Rania Naim, Directrice Artistique de la Maison s'associe au parfumeur Cécile Zarokian afin de créer Fath's Essentials, une collection de 4 parfums, dont la réinterprétation du mythique Green Water, frais et légèrement acidulé. C'est un véritable voyage olfactif que vous propose Jacques Fath à travers des senteurs boisées, ensoleillées et iodées.



Green Water / Vers le Sud / Bel Ambre / Curaçao Bay, à partir de 84 euros l'unité les 50 ml, Jacques Fath, en vente à Paris chez Javoy, Marie-Antoinette, La Garçonnière et Edwin Store

# NEWSACTU

## Les pieds nus... Cool & Chic !

Des sandales multifacettes aux rubans interchangeable... c'est ce que propose la jeune marque française «Les Rubans de Déothie» qui réinvente les nu-pieds en lançant les sandales multifacettes. Le concept est simple, d'un côté la semelle et de l'autre les rubans. Vous pouvez choisir votre ruban à l'unité et choisir autant de rubans de vous souhaitez... ensuite c'est à vous de jouer en nouant vos sandales autour de votre cheville !



**100% Made in France. 3 modèles au choix : La Classico, 75 euros, la Moderno, 85 euros, la Moderno compensée, 90 euros. Rubans : 22 euros**  
En vente sur le site [www.deothie.com](http://www.deothie.com)

## Une coque 100% haut de gamme

Au cours d'une journée, un téléphone portable subit de nombreux chocs. On le met dans notre sac à main, puis dans notre poche de manteau, et il finit jeté sur notre bureau. Une coque est maintenant devenue indispensable. Exclusive Case va plus loin et la considère comme un véritable accessoire de mode. En cuir grainé d'exception, Exclusive Case propose des couleurs tendances, à assortir à ses bijoux, sa ceinture, son sac à main.

**39 euros, Exclusive Case, disponible en France au sein de réseaux haut de gamme et dans plus de 80 boutiques APPLE PREMIUM RESELLER**

## Vive la marine !

Plus que de simples vêtements marins... En misant sur les déclinaisons à l'infini, Mousqueton souhaite sortir de l'éternel «bricole et marine» et «casser» les codes couleurs. En plus de la large palette de coloris, la marque bretonne a imaginé des vareuses bicolores et des marinières aux manches et buste de coloris différents. Cet été, Mousqueton vote pour la couleur et peint nos vies avec une palette venue des îles : de la maison au bateau, du village au rivage, chacun s'habille d'optimisme !



**Marinière Femme à partir de 25 euros**  
Mousqueton, [www.mousqueton.eu](http://www.mousqueton.eu)

## Niaouli, invitation au voyage



Niaouli est une toute jeune marque d'accessoires de mode en cuir. Sacs à main, petite maroquinerie, ceintures... amoureuse des belles choses, sensible aux matières et aux couleurs, la créatrice propose une ligne élégante, intemporelle, aux détails soignés qui subliment le produit (piqûres sellier, doublure personnalisée). Pour la fabrication, elle a choisi des cuirs d'Italie et une fabrication artisanale (dans un atelier au Portugal au savoir-faire indéniable).

**Sac Munduck : 195 euros. Niaouli. [www.niaouli-marroquinerie.com](http://www.niaouli-marroquinerie.com)**

## Chouette ! une balançoire

C'est en observant Anatole, le petit garçon de la maison, dessiner une chouette dans un cercle que l'idée fut lancée ! Rappelant également la célèbre publicité Chanel avec Vanessa Paradis, son nom était une évidence : la Balançoire Coco. Fabriquée en Bretagne, à la main, celle-ci trouvera rapidement sa place chez vous. Disponible en différents coloris, elle apportera une touche de couleur dans votre salon, égayera une chambre d'enfant.



**Balançoire Coco, 55 euros, Lilou Swann, [www.lilouswann.fr](http://www.lilouswann.fr)**

Nichée au fond d'une cour, la toute nouvelle boutique Lahlère nous attire avec sa vitrine lumineuse et ses bérets colorés. Cette saison, la dernière fabrique de bérets de France nous propose une collaboration avec Victoria Grant, connue grâce à ses créations provocantes en matière de chapeaux haut de gamme. Bien que tout les oppose, lorsque l'extravagance anglaise de Victoria Grant rencontre l'élégance française de Lahlère, elles se retrouvent en un sentiment universel : l'Amour, qui signe le point de départ de leur collaboration. Décorés de slogans tels que «Amor Vinci Omnia», «Love Conquers All», agrémentés de sequins, rubans... Lahlère et Victoria Grant prouvent que plus que jamais, le béret est l'accessoire fashion de la parisienne.



**LAULHÈRE Paris, 14-16 rue du Faubourg Saint-Honoré, 75008 PARIS, [lauhère-store.com](http://lauhère-store.com)**

## L'atout force du système immunitaire

Les Laboratoires Gilbert, experts de la santé et du bien-être au naturel, innovent avec un complément alimentaire liquide à base de phycocyanine extraite de spiruline et conditionnée en unidoses stériles : Blue Dose. Idéal pour nous aider à faire face aux exigences de la vie moderne (stress, fatigue...), il permet de renforcer le tonus et la vitalité, contribue à tonifier le système immunitaire et favorise la résistance de l'organisme. Sa richesse en phycocyanine, une protéine majeure de la spiruline, d'un bleu naturel intense, est un puissant immunostimulant.

Pratique, incassable et nomade, le format en unidoses stériles préserve toutes les propriétés des actifs. Au goût neutre, il est 100% naturel et garanti sans sucre et sans conservateur.

**[www.labogilbert.fr](http://www.labogilbert.fr). En pharmacies 29,90 euros**

## Le double nettoyage par DHC

Au Japon, pays de naissance de DHC, les femmes sont adeptes du layering. Ce rituel consiste en une suite d'étapes afin de nettoyer la peau et la préparer à recevoir les soins. Avec son double nettoyage, DHC vous propose un duo gagnant pour votre peau. Le démaquillage, à l'aide du best-seller Deep Cleansing Oil, est l'étape la plus importante afin d'éliminer maquillage et sébum. Enrichi en extrait de romarin pour ses vertus purifiantes et en huile d'olive connue pour sa douceur, le nouveau Face Wash vous assure un nettoyage tout en douceur, sans sensation de tiraillement ou de sécheresse. Votre peau est parfaitement propre, prête pour la suite des soins !

**Deep Cleansing Oil, à partir de 6,50 euros les 30 ml**  
**Face Wash, 27,95 euros, 200 ml,**  
DHC, [www.dhc-france.fr](http://www.dhc-france.fr)



# RALLYE des PRINCESSES



19<sup>e</sup> Édition



## LE RALLYE DES PRINCESSES RICHARD MILLE

DU 2 AU 7 JUIN 2018

*Une aventure exceptionnelle et unique en son genre !*

[www.rallyedesprincesses.com](http://www.rallyedesprincesses.com)



# 20 ANS APRÈS, CLARINS S'ENGAGE ENCORE ET ENCORE !



Laeticia Hallyday entourée de Christian et Olivier Courtin-Clarins



## Le monde selon Clarins

Une beauté **responsable**. Tel est l'engagement de Clarins qui, depuis ses débuts, s'engage au travers de produits respectueux de l'environnement. La Maison, qui a fait de la recherche et de l'innovation sa marque de fabrique, s'engage en faveur de la protection des écosystèmes, avec pour ambition affichée de **RENDRE À LA TERRE LES BIENFAITS QU'ELLE PRODIGUE**. C'est ainsi que Clarins a noué dès le début des années 1980 un partenariat avec l'association Asters. Ensemble, Clarins et Asters investissent dans l'achat et la préservation de grands espaces sauvages alpins afin d'y **protéger les espèces endémiques**. Un engagement de cœur pour le groupe, qui a notamment participé à la réintroduction du gypaète barbu (un vautour menacé) ainsi qu'à la gestion du Marais de la Cluse du Lac d'Annecy. Pas question pour autant d'arriver en terrain conquis. Dans ses actions, la Maison met un point d'honneur à **travailler dans le dialogue et le partage** en s'entourant du savoir-faire local et des acteurs du territoire. Un lieu de vie et d'échange qui pour la Maison Clarins est aussi une source intarissable d'inspiration et d'innovation.

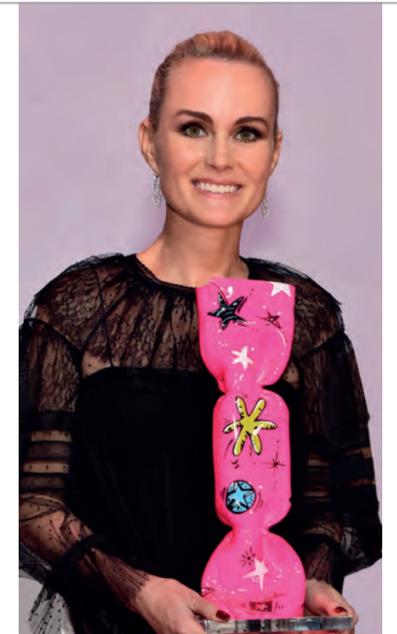
**C**larins souffle en 2017 la vingtième bougie de son prix pour l'enfance. Voici deux décennies que la Maison s'engage aux côtés de celles et de ceux qui en ont besoin, via le Prix Clarins. Créé en 1997, ce prix caritatif a pour vocation de soutenir une association au travers d'une ambassadrice, joliment baptisée «femme de cœur». Des associations identifiées par les bonnes fées du groupe à l'instar de Patricia Labernède, une passionnée convaincue qui, en charge de la communication corporate (après avoir dirigé les relations presse), est aujourd'hui responsable du Prix Clarins pour l'enfance. Pour la saison 2017, c'est «La Bonne Etoile», association à destination des enfants orphelins et laissés pour compte qui est récompensée par Clarins, via son ambassadrice Laeticia Hallyday. Une véritable «évidence de partage» entre la prestigieuse maison et l'ambassadrice, souligne Patricia Labernède. Pour chacune des associations récompensées depuis la création du prix, le soutien du groupe Clarins ne s'arrête pas à la remise d'un trophée et à un ponctuel apport financier. Clarins s'engage dans la durée et continue de soutenir les femmes de cœur année après année. Au total, ce sont déjà 40 000 enfants en France qui ont été aidés, via plus de 4 millions d'euros de dons. Conscient de la nécessité de l'engagement d'une entreprise internationale auprès de ceux qui souffrent, le groupe a étendu le Prix Clarins hors des frontières françaises. Le prix Clarins est ainsi décerné chaque année à d'autres femmes de cœur qui œuvrent chaque jour dans 14 pays et sur 4 continents. Une vraie fierté pour Christian et Olivier Courtin-Clarins, et pour le Groupe. A l'avenir, l'engagement Clarins pourrait aller encore plus loin, nous confie Patricia Labernède qui explique : «Mon nouveau challenge ? que notre engagement évolue tout naturellement vers la création d'une Fondation».

### Laeticia Hallyday, bonne étoile engagée

Lauréate 2017 du prix Clarins pour son association «La Bonne Etoile», elle rejoint le cercle des femmes de cœur de Clarins. Créée en 2012 par Laeticia Hallyday et Hélène Darroze, «La Bonne Etoile» se donne pour ambition de changer le quotidien des enfants laissés pour compte, souvent orphelins, et de leur offrir une vie décente, remplie de joies et d'espoir. «La Bonne Etoile» accompagne et soutient la création d'écoles, d'orphelinats, de dispensaires pédiatriques et participe à la mise en place d'aide d'urgence alimentaire, avec un seul crédo : «Une enfance heureuse, une vie pleine d'avenir». Un joli programme, chapeauté par une ambassadrice de renom.

Laeticia Hallyday, a committed lucky star

Winner of the Clarins Award in 2017 for her association «La Bonne Etoile», she joins the club of Clarins's women of heart. Created in 2012 by Laeticia Hallyday and Hélène Darroze, «La Bonne Etoile» aims at changing the left-behind children's daily life, often orphans, and offering them a better life full of joy and hope. «La Bonne Etoile» accompanies and supports the creation of schools, orphanages, pediatric clinics and participates in the setting up of emergency food aid, with a unique motto: «A happy childhood, a life full of hope in the future». A beautiful program headed by a renowned ambassador.



A l'avenir, l'engagement Clarins pourrait aller encore plus loin, nous confie Patricia Labernède : «**Mon nouveau challenge ? que notre engagement évolue tout naturellement vers la création d'une Fondation**».

In the future, *commitment could go much farther*, Patricia Labernède tells us and explains : «**My new challenge ? Let our commitment naturally evolve into a foundation**».



Patricia Labernède et Franck Dubosc

### 20 years later, committed over and over again !

In 2017, Clarins award for children's rights is celebrating its 20th anniversary. For 2 decades, the House has been committed to people in need through the Clarins award. Created in 1997, this charity award is aimed at supporting an association through an ambassador named «woman of heart». Associations noticed by the group's fairy godmothers like Patricia Labernède, a real passionate in charge with the corporate communication (after managing the public relations), is today in charge of the Clarins Award for children's. For the 2017 edition, it's «La Bonne Etoile», an association dedicated to orphans and those left-behind, which receives the Clarins award, through its ambassador Laeticia Hallyday.

A real and obvious sharing between the prestigious house and the ambassador, Patricia Labernède emphasizes. For each of the award winners since its creation, Clarins support is not only with a trophy and a financial aid. Clarins is also committed in the long term and continues to support the women of heart year after year. 40,000 children have already been helped in all, through more than 4 million of donations. Aware of the need for an international company commitment with those who suffer, the group extended the Clarins Award outside France. Each year, the Clarins Award is thus given to other women of heart who work every day in 14 countries and on 4 continents. The group is really proud of it. In the future, Clarins commitment could go much farther, Patricia Labernède tells us and explains: «My new challenge: Let our commitment naturally evolve into a foundation».

## The world according to Clarins

A responsible beauty. This is Clarins commitment since the beginning with environment-friendly products. The House, whose trademark is research and innovation, is committed to ecosystem protection, with an ambition to give the planet its blessing in return. That's how Clarins has developed a partnership with the association Asters since the early 1980s.

Clarins and Asters invest jointly in the purchase and environmental conservation of alpine wilderness in order to protect endemic species. A passionately committed group who took part in the reintroduction of the lammergeier, an endangered vulture as well as the management of the swamp of La Cluse by the Annecy Lake. However, that doesn't mean they are conquered areas. In its actions, the House has made it a point of honor to work through communicating and sharing surrounded by the local know-how and the players within the region. A place to live and exchange which is an endless source of inspiration and innovation for the House.

# NEWSACTU



## Astucieuse Serviette

Hanjo, première marque française de vêtements pour hommes inspirés de la bistronomie, lance une serviette de table originale pour rester élégant au restaurant ou chez soi, tout en protégeant les chemises des gourmands. Cette serviette en 100 % coton sergé, est confectionnée et brodée sur mesure dans des ateliers du nord de la France. L'astuce ? elle a été conçue avec une boutonnière qui se fixe sur la chemise. Un cadeau pratique et personnalisé à offrir à un épiqueur mais pas seulement...

**Serviette L'Astucieuse, l'unité, 19 euros, HANJO, [www.hanjo.fr](http://www.hanjo.fr)**

## Angel de Mugler, à croquer !

Angel de Mugler nous enveloppe depuis 25 ans de notes gourmandes et addictives de bergamote, fruits rouges, praline, vanille et patchouli. La Maison du Chocolat a choisi de rendre hommage à ce parfum en créant des chocolats dont les saveurs correspondent aux effluves d'Angel. Véritables magiciens des sens, Nicolas Cloiseau, Chef de La Maison du Chocolat, et Olivier Cresp, Maître Parfumeur et créateur du parfum Angel se sont accordés pour sublimer Angel et lui donner une forme chocolatée, légère et voluptueuse. A l'intérieur du coffret se trouve 4 douceurs aux parfums différents, chacune rappelant une facette de notre parfum préféré.



**Coffret de 14 chocolats Angel Mugler x La Maison du Chocolat, 25 euros, disponible dans toutes les boutiques La Maison du Chocolat et en vente en ligne, [www.lamaisonduchocolat.fr](http://www.lamaisonduchocolat.fr)**

## Les bougies de Charroux fêtent leurs 10 ans !

Pour célébrer cet anniversaire et marquer les esprits, Les Bougies de Charroux ont réalisé un coffret inédit rassemblant deux bougies : la Myrtille, best-seller et senteur emblématique de la marque, et le Frangipanier, dernier né de la collection qui compte une centaine de senteurs. La marque fabrique ses produits à la main dans son atelier de Charroux, l'un des plus beaux villages de France, grâce à un savoir-faire artisanal. En effet, les Bougies de Charroux disposent d'une véritable valeur ajoutée ; non seulement tous leurs parfums proviennent de Grasse, mais surtout ce sont les seules bougies françaises à avoir le label de non-toxicité RAL certifiant qu'elles ne sont ni polluantes ni cancérigènes. Une jolie marque éthique et respectueuse de l'environnement !

**Coffret, 16 euros, Bougies de Charroux, [www.boisbougies.fr](http://www.boisbougies.fr)**

## Un anniversaire Idéal !

A l'occasion de ses 110 ans, la Teinture Textile Idéal se pare d'un tout nouveau packaging. Très rétro, pile dans la tendance du DIY, la Teinture Textile permet de raviver la couleur d'un tissu ou de le customiser. Vous posséderez ce chic old school tout en étant ultra-lookée ! 30 couleurs sont disponibles avec lesquelles vous pouvez jouer à l'infini en les mixant afin de créer une teinte totalement inédite !

**Teinture Textile, 8,20 euros, Idéal, [www.ideal.fr](http://www.ideal.fr)**



## Bella Jones s'installe rive gauche

Situé en plein cœur de Saint-Germain-des-Près, c'est à l'architecte Charles Zana que l'on doit cet endroit atypique, alliant modernité du béton ciré et charme de l'ancien avec ses poutres apparentes. Un lieu empreint de caractère et d'authenticité, à l'image de Bella Jones et de sa créatrice, Sylvie Sonsino. La femme Bella Jones ? Elle est simple et libre, tout comme les vêtements qu'elle porte. Voile ou gaz de coton, les matières sont légères et naturelles, sans entraver notre quotidien. Fière de voyage, Sylvie y puise toute sa créativité notamment à travers sa palette de coloris où se mêlent de l'orange safran, du brun terracotta, du bleu lagon sur fond de blanc éclatant. Des vêtements confortables et modernes avec une touche ethnique, on en rêvait !

**Bella Jones, 14, rue Jacob, 75006 Paris, 09.83.22.39.85, [www.bellajones.eu](http://www.bellajones.eu)**

## Regard futuriste chez Afflelou

Afflelou nous propose un large choix de montures et de coloris toujours dans l'air du temps affichant un style résolument tendance. Pour l'été, la marque offre un relooking à l'un de ses modèles emblématiques, Sunny, en proposant 9 écrans miroirs interchangeables à aimer selon les envies. Du bleu profond au rouge incendiaire en passant par le gris argent, les écrans feront de vos lunettes un véritable accessoire de mode donnant du pep's à n'importe quelle tenue ou sublimant tout simplement votre maillot de bain.



**Ecran unique, 43 euros, / 1 monture + 3 écrans, 129 euros, Afflelou, [www.afflelou.com](http://www.afflelou.com)**



## Invitation au massage...

Faites fondre votre stress et plongez dans la douce lueur des bougies Flickering Touch avec délice. Pour un massage sensoriel et sensoriel, Lelo propose des bougies haut de gamme, en cire de soja entièrement naturelle, au beurre de karité et huile de noyaux d'abricot. La cire, légèrement parfumée, fond pour se transformer en une huile de massage exquise. Trois senteurs disponibles (Vanille & Crème de Cacao, Black Pepper & Pomegranate, Snowpear & Cedarwood) pour un voyage olfactif qui mettra tous vos sens en éveil...

**Bougie de massage Flickering Touch, 150g, 29 euros, LELO, [www.lelo.com](http://www.lelo.com)**

## Faites de beaux rêves avec Oscar !

Oscar n'est pas le nouvel homme de votre vie, mais il risque de passer de longues nuits avec vous ! Oscar est un nouveau concept de matelas révolutionnaire qui vous permettra d'avoir un meilleur sommeil et moins mal au dos. Fini la prise de tête lors de l'achat de votre matelas ! Oscar dispose de 8 tailles (il est toutefois possible de commander des tailles hors-normes), est fabriqué en Belgique à un prix des plus raisonnables. Intuitive et pratique, la vente se fait exclusivement sur le site internet. Vous êtes livrés entre 24h et 5 jours, et si vous n'êtes pas convaincus, vous êtes remboursés, Oscar vous le reprend et l'offre à une association caritative. Sa garantie de 10 ans lui confère un gage supplémentaire de qualité. Alors, qu'attendez-vous pour adopter Oscar ?

**A partir de 400 euros le matelas 80 x 200 cm, Oscar, [www.oscarsleep.com](http://www.oscarsleep.com)**

# NEWSACTU

## Nathalie Dubois, Solaire !

**A Hollywood, elle est la petite frenchy au carnet d'adresses bien rempli. A Cannes, elle est l'hôtesse de bon goût. Mais Nathalie Dubois est surtout celle qui s'emploie à chouchouter les stars du monde entier. Pour ce faire, elle a imaginé la «DPA Gift», une suite installée à l'Hôtel Carlton et qui met en relation les grands de ce monde et les meilleures créations du moment. Rencontre.**

### Qu'est-ce que «la suite à cadeaux» ?

*C'est un concept très simple qui consiste à accueillir les stars dans une suite lors de grands événements afin de leur présenter les nouvelles collections de créateurs. Pour les remercier de leur visite, chaque personnalité repart avec un «gift bag» qui contient des cadeaux. Depuis 2005, je suis chaque année présente au Festival de Cannes, ainsi qu'aux Césars, je suis également présente lors de la Mostra de Venise, et bien-sûr aux Etats-Unis lors des Emmy Awards et des Golden Globes.*

### Comment sélectionnez-vous les marques avec lesquelles vous travaillez ?

*Je dirais que c'est un travail de longue haleine ! Il me faut environ six mois de préparation avant un événement. Beaucoup de marques me sollicitent afin que je leur réserve un petit espace dans la suite. Mon crédo est avant tout de me fier à mon instinct : il faut que les objets proposés soient en accord avec les attentes des personnes invitées. Tout au long de l'année, j'arpente les salons, j'assiste aux fashion-weeks et je lis la presse magazine. Pour l'instant, je ne me suis jamais trompée ! Je croise les doigts pour que cela dure !*

nathab@me.com



«L'équipe du film Divines ainsi que Anthony Delon ont découvert avec plaisir les Bougies de Charroux»

## The charismatic Nathalie Dubois

In Hollywood, she is the very well-connected French girl. In Cannes, she is a tasteful hostess. But Nathalie Dubois is above all much concerned with taking care of the stars worldwide. For this purpose, she imagined the «DPA Gift», a Carlton suite connecting the rich and mighty with the best creations of the moment. Meeting.

### What is the «DPA Gift» ?

*It's a very simple concept consisting in welcoming stars in a suite to present them the new designers' collections for a red carpet event. To thank them for visiting, each personality leaves with a gift bag. Since 2005, I am at the Cannes Film Festival and the Nuit des César, I am also at the Mostra in Venice and of course in the United States for the Emmy Awards and the Golden Globe Awards.*

### How do you select the brands you work with ?

*I would say it's a long process ! I need about six months to prepare an event. Many brands contact me to get a small space in the suite. First of all, I trust my instincts : the items proposed have to correspond to the guests' desires. All year long, I attend exhibitions, the Fashion Week and I read magazines. For the moment, I have never been mistaken ! I hope it will continue this way !*

nathab@me.com

## BIOCOIFF'

Coloration végétale haute qualité



Biocoiff', c'est le spécialiste de la coloration végétale. Exit les produits chimiques allergènes, les experts Biocoiff' ont fait du naturel leur marque de fabrique. A l'origine de ces salons pas comme les autres, Charley Assoun, qui en 2004 ouvre les portes du tout premier salon de coiffure végétale en France. Très vite, les clientes sont conquises par les colorations 100 % végétales et les shampoings et soins capillaires labellisés Cosmebio, Vegan et Cruelty Free. Outre la préservation de l'environnement et la protection de la santé des coiffeurs et de leurs clientes, les colorations végétales n'agressent pas les cheveux. Mieux encore, elles réparent les dégâts causés par les colorations chimiques, améliorent la qualité des cheveux et les renforcent pour un rendu sublimé, car contrairement aux colorations chimiques, les colorations végétales sont en même temps des soins. Il est ainsi possible d'en faire aussi souvent qu'on le souhaite. Aujourd'hui, Biocoiff' compte trois adresses parisiennes : le salon historique situé au 19 place Jeanne-d'Arc dans le 13ème arrondissement, le salon symbolique, situé rue des Ciseaux dans le 6ème arrondissement et le petit dernier, né en 2017 et situé boulevard Henry IV, dans le 4ème arrondissement.

**SALONS BIOCOIFF'**  
**5, rue des Ciseaux 75006, 01 43 26 77 77**  
**19, place Jeanne-d'Arc 75013, 01 45 85 91 09**  
**42 boulevard Henri IV 75004, 01 42 77 00 05**  
[salon@biocoiff.com](mailto:salon@biocoiff.com)



## BIOCOIFF'

High-quality organic colour treatments

Biocoiff' is the organic hair colouring expert. No more allergenic chemicals, the Biocoiff' experts made natural their trademark. At the origin of this not like the other salon, Charley Assoun who opened the doors of his very first salon of organic hair colouring in France in 2004. Rapidly, the clients are satisfied with the 100% organic colouring and the shampoos and conditioners labelled Cosmebio, Vegan and cruelty free. Besides, the environmental preservation and the protection of the clients' and hairdressers' health, the colouring treatment doesn't damage the hair. Moreover, they repair the damage caused by the chemical colouring products, improve the hair quality and make them stronger for a sublimated effect, because contrary to chemical colouring treatments, the organic colouring are also conditioners. So, it's possible to make them as often as you wish. Now, Biocoiff' has 3 addresses in Paris: the original salon located 19 place Jeanne d'Arc in the 3rd arrondissement, the symbolic salon located rue des ciseaux in the 6th arrondissement and the newly opened in 2017 located boulevard Henry IV in the 4th arrondissement.



# NEWSACTU



## Le Volcan d'Hawaï dans votre salon

Lalique présente sa 16ème fragrance de la collection «Voyage de Parfumeur». Bienvenue à Hawaï, l'île des volcans qui a tant inspiré la marque. Le rouge ardent de la lave est repris pour la cire, le noir de la roche pour le contenant, craquelé comme le sol peut l'être. Quant aux senteurs, le feu, les cendres et les roches fondantes, nous sommes plongés au cœur du centre de la terre. L'amertume de l'orange, l'exubérance de la cannelle et la cassonade viennent complétées ces notes enivrantes. N'hésitez plus, parcourez le monde à travers le «Voyage de Parfumeur» !

**Le Volcan, Maui, Hawaï, 190 g, 40 à 50 heures de combustion, 69 euros, Lalique, [www.lalique.com](http://www.lalique.com)**



## Et si la beauté était naturelle ?

C'est sur sa terre natale, en Patagonie, qu'Azucena Pagny a trouvé l'inspiration pour créer sa marque de soins corps et visage, Rosazucena. Après avoir découvert les bienfaits et les mille vertus de la Rosa Mosqueta, elle décide d'y extraire l'huile des graines de ses fruits afin d'en faire la base de ses cosmétiques. Les plantes grandissent au pied de la Cordillère des Andes, sans pollution, dans une

terre riche en minéraux ; la cueillette se fait à la main sur les plants sauvages. Tout ceci donne des produits sains et naturels. Crème de Jour, Soins de nuit, Elixir Eclaircissant mais aussi tisane, la Rosa Mosqueta est riche en vitamine E, K et A mais aussi en acide gras essentiels. La peau est hydratée et protégée des radicaux libres.

**A partir de 17,50 euros la Tisane de Rosa Mosqueta, Rosazucena, [www.rosazucena.com](http://www.rosazucena.com)**



## La Pâtisavonnerie de Madame Marchand

Allier l'art de la Savonnerie à celui de la Pâtisserie, voilà un nouvel exercice appelé la Pâtisavonnerie ! C'est suite à son souhait de fabriquer à la main des cosmétiques gourmands de soins du corps que Madame Marchand crée sa boutique. Conçus dans son atelier dans l'Aisne, les produits répondent à une exigente charte de qualité : des ingrédients naturels, huiles et beurres végétaux, poudre de cacao, graines de pavot... et sans paraben, sulfates, huile de palme, matières d'origine animale... Impossible de se douter qu'il s'agit de savons tant leur aspect est gourmand. Cupcake, cannellé, gaufre, macaron, difficile de ne pas les croquer ! Quant aux Crèmes de Délices, leur texture façon glace et leurs parfums enivrants rendent notre passage sous la douche ultra- sucré !

**A partir de 3,50 euros le Savon Doux Macaron, Madame Marchand, [madamemarchand.com](http://madamemarchand.com)**

## Les bracelets interchangeables de Michel Herbelin

Quelle couleur de bracelet de montre pour aujourd'hui ? Et si on en mettait même deux ? C'est le principe de l'Antarès, la montre de l'atelier d'horlogerie Michel Herbelin. Vous choisissez d'abord le cadran de votre montre, rectangulaire ou rond, tout deux en acier inoxydable et étanche jusqu'à 30 mètres minimum. Puis le choix se corse : vous disposez de 30 coloris de bracelets à simple ou double tour, avec la possibilité de mettre deux couleurs différentes aux extrémités du cadran. Avis aux fashion victims !



**Coffret montre sur bracelet interchangeable vendue avec un bracelet supplémentaire, 550 euros / Bracelet interchangeable simple, 90 euros / Bracelet interchangeable à double tour, 120 euros, Michel Herbelin, [www.michel-herbelin.com](http://www.michel-herbelin.com)**

## Suki Waterhouse, première égérie Laura Mercier

Pour sa première «Muse Mercier», Laura Mercier, pionnière dans le teint zéro défaut, a choisi Suki Waterhouse, une jeune femme à qui pourront s'identifier nombre de ses clientes. Actrice et mannequin anglaise, Suki représente le public maintenant plus jeune de la marque de cosmétiques, une jeune femme talentueuse et pleine de confiance en elle. Adepte du chic effortless, elle prône un maquillage léger mais couvrant avec une bonne tenue. La définition même de Laura Mercier ! L'arrivée de Suki Waterhouse coïncide avec l'annonce, dès Juillet 2017, de nouveaux produits très attendus, tels que les nouveaux fonds de teint ultra longue tenue Flawless Fusion, les Caviar Sticks fini mat et les rouges à lèvres Velour Extreme fini mat.



**Laura Mercier, disponible en France notamment au Bon Marché et sur son site Internet [lebonmarche.com](http://lebonmarche.com), [birchbox.fr](http://birchbox.fr), [placedestendances.com](http://placedestendances.com)**

## Indispensables manucures



Les beaux jours arrivent, mains et pieds se parent de couleurs gaies et festives ! La collection Flamingo de Miss Den offre des teintes exotiques et glamour, allant du Pêche Acapulco au Blue Lagoon en passant par le Rose Florida ! Pour parfaire son vernis et optimiser le temps séchage, la marque lance son Huile de Séchage Minute. Son embout pipette dépose la juste dose produit ; la laque sèche en une minute, la couleur est plus brillante, les cuticules sont hydratées. Le tout à prix plus qu'abordable. Vous n'aurez plus d'excuses pour avoir une manucure parfaite !



**Collection de vernis éphémères Flamingo, 2,90 euros l'unité / Huile de Séchage Minute, 4,50 euros, Miss Den, [www.missden.com](http://www.missden.com)**

## Première adresse parisienne pour Maison Père

La marque conçoit la mode comme une garde-robe affective, empreinte de transmission et de tradition. Maison Père traduit avec féminité un héritage masculin qu'un père laisse à sa fille. Chaque collection raconte une histoire en utilisant les matières les plus nobles (soie, cachemire, dentelle...). Pour ce premier écrin au cœur de la capitale, Camille Omerin, la créatrice, a choisi de mélanger les couleurs et les matières, avec le rouge comme fil conducteur. Un lieu étudié pour permettre de découvrir l'univers de la Maison.



**1, rue du Marché Saint-Honoré 75001 Paris, [www.maisonpere.com](http://www.maisonpere.com)**

## Le Baume Intégral

Céline Escand, esthéticienne de profession, a voulu faciliter la vie des femmes en apportant bien-être et confort. Elle a donc pensé et formulé un baume multi-usages haut de gamme s'adressant à toute la famille. Fabriqué en Provence et certifié bio, ce soin complet (repulpant, rafraîchissant, apaisant et nourrissant) convient à tous les types de peaux. Les vertus des ingrédients rigoureusement sélectionnés (argan, cire d'abeille, huile d'olive, extrait de carotte...) lui permettent de calmer les rougeurs, démaquiller et même d'apporter de l'éclat au teint. Ses propriétés hydratantes en font également un excellent soin après-soleil. Un indispensable de l'été !

**200 ml - 38 €, [www.celineescand.com](http://www.celineescand.com)**



## LES BOUGIES DE CHARROUX



Boutique de Paris  
65 rue d'Argout 75002 Paris  
01 42 36 73 07

# NEWSACTU

Sephora, retailer international de l'année !

Le World Retail Congress, c'est l'événement incontournable pour les spécialistes de la distribution mondiale. Chaque année, à l'issue du prestigieux salon qui s'étend sur trois journées, des prix sont décernés aux différentes enseignes. Cette année, c'est la France qui a été distinguée, au travers de l'enseigne Sephora qui remporte le prix «Retailer International de l'année». Une récompense qui vient saluer l'extension de la marque dans de multiples marchés et pas seulement dans les pays voisins ou ceux qui ont une langue commune. Peu étonnant que le groupe Sephora se distingue dans cette compétition : avec plus de 2 300 magasins dans 33 pays, l'enseigne a su grandir à l'international tout en conservant l'intégrité de sa marque et de son positionnement. Showcase dit bravo !

[www.sephora.fr](http://www.sephora.fr)



Le rituel de l'été par Rituals

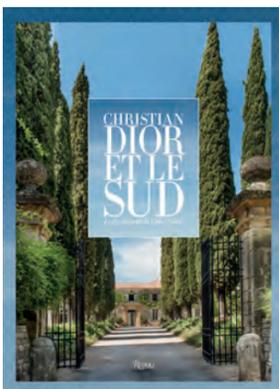
Rituals présente «The Ritual of Karma» une gamme complète de produits solaires et soins pour le corps parfaits pour l'été ! Cocooning assuré grâce aux effluves de lotus connu pour ses propriétés apaisantes et relaxantes. Le thé blanc nourrit la peau,

associé à la vitamine E et au ginkgo biloba, votre peau est protégée des effets néfastes du soleil. Rituals a mis au point toute une routine pour profiter pleinement des ondes positives du soleil : Exfoliant 2-en-1 pour le corps, Mousse de douche, Crème irisée et Brume pour le lit et le corps, Crème solaire pour le visage, Brume lactée et Huile solaire. Les cheveux ne sont pas en reste et seront eux aussi protégés par le Spray solaire. Le soleil n'est pas encore présent ? : la Lotion auto-bronzante pour le corps vous apporte un léger hâle doré tout en hydratant la peau. Le bon karma, c'est pour vous.

A partir de 8,50 euros la Mousse de douche, Rituals, [www.rituals.com](http://www.rituals.com)

« Dior et le Sud »

Entre Christian Dior et la Provence, c'est une histoire de passion. Terre d'élection, de refuge et d'inspiration, le Sud a profondément marqué l'histoire de la Maison. Les paysages inondés de soleil, les champs de fleur et le célèbre Château de La Colle Noire, acquis par le créateur en 1950, sont autant d'éléments fondateurs de la magie Christian Dior. Le très beau livre «Dior et le Sud» offre une immersion totale dans ces paysages qui ont inspiré le créateur dans sa recherche de fragrances. Un petit objet d'Art enrichi de photos, de manuscrits de lettres inédites et dessins à feuilleter, lire et relire.



Dior et le Sud, Editions Rizzoli

## Promenade dans les jardins IMPÉRIAUX

*La collection que livre Roger & Gallet est une véritable invitation au voyage.*

Pour la créer, la Maison s'est entourée de Thierry Boutemy, maître de l'art floral au savoir-faire unique, qui a créé cinq univers floraux sur le thème d'une escapade dans un jardin de fleurs : Ylang, Fleur de figuier, Rose, Gingembre Rouge et Fleur d'Osmanthus. L'artiste, qui s'est fait connaître par la grande poésie de ses bouquets (c'est notamment lui qui officie dans le film Marie-Antoinette de Sofia Coppola), est aujourd'hui considéré comme l'un des plus grands artistes des fleurs au monde. Son crédo : le retour à la nature au travers de senteurs simples et pures qui créent l'émotion. Chaque senteur devient ainsi un voyage de jardin en jardin, d'émotion en émotion, dans une luxuriance de parfums et de nature. Pour l'occasion, la patte du maître de l'art floral est également présente sur l'écran de l'édition limitée de l'été 2017, Ylang. Thierry Boutemy a également imaginé un «hit bag de l'été», véritable explosion de fleurs et de couleurs. Enfin, pour les escapades des beaux jours, les quatre senteurs floraux de la collection des Eaux parfumées Bienfaisantes Roger & Gallet se retrouvent au format «prêt-à-partir» dans des troussees dédiées (eau parfumée bienfaisante 30 ml, gel douche 50 ml et lait corps 50 ml).

Trousse Prêt-à-partir 20 euros, Eau parfumée bienfaisante Ylang, 50ml, 31,90 euros [www.roger-gallet.com](http://www.roger-gallet.com)



Walking in the IMPERIAL gardens

*The collection released by Roger & Gallet is a real invitation to travel.*

To create it, the House worked with Thierry Boutemy, the floral art master with a unique know-how, who created five floral universes on the theme of a getaway in a floral garden: Ylang, Fig flowers, Rose, Red Ginger and Osmanthus Flower. The artist, who is famous for the great poetry in his arrangements (he created the bouquets in Sofia Coppola's Marie-Antoinette), is now considered one of the best floral artists in the world. His motto: back to nature through simple and pure fragrances creating feelings. Thus, each scent becomes a travel from garden to garden, from a feeling to another, in a wealth of fragrances and nature. For this occasion, the floral art master touch can also be seen on the limited edition box of summer 2017, Ylang. Thierry Boutemy also imagined a "summer hit bag", a real explosion of flowers and colours. Finally, for good weather getaways, the four floral fragrances of the Eaux Parfumées Bienfaisantes Roger & Gallet collection exist in travel kits (30ml fragrance, 50 ml shower gel and 50 ml body lotion).

[www.roger-gallet.com](http://www.roger-gallet.com)

# NEWSACTU

Phare de la Baleine, l'Air marin

Il souffle un air marin sur les collections du Phare de la Baleine. Véritable invitation au voyage et au farniente, la maison détourne volontairement les codes en s'inspirant de l'univers «bord de mer» et insuffle à ses collections un ton de nomadisme, de fraîcheur et d'ultra-féminité. Au menu, des graphismes assumés, des rayures détournées, des robes fluides et des mailles légères. Pour sa toute dernière collection, le Phare de la Baleine fait la part belle à la lumière et au pastel, avec des créations qui fleurissent bon la douceur des soirs d'été. On aime les longues robes et les combinaisons légères et colorées, à porter à la ville comme à la plage...

Boutique 42 avenue de Wagram, 75008 Paris, 01 58 05 17 16 [www.lepharedelabaleine.com](http://www.lepharedelabaleine.com)



Phare de la Baleine,  
The sea air

It blows a sea air on the Phare de la Baleine collections. A real invitation to traveling and relaxing, the House changes the codes being inspired by the beachfront universe and gives its collections a nomadic, fresh and feminine spirit. At the menu, strong graphics, original stripes, fluid dresses and light mesh. For its latest collection, the Phare de la Baleine emphasizes light and pastels, with creations reminding you of the sweet summer evenings. We like the long dresses and the light colorful jumpsuits to be worn in town or on the beach...

Showcase été 2017

Des bijoux-cravates au féminin

Les Kol permettent aux femmes d'accessoiriser leur col de chemise avec quelque chose de bien plus féminin qu'une simple cravate. Faits de cuir et de textile, liés autour du col par une chaîne dorée à l'or fin, ils subliment la silhouette grâce à la finesse dont ils font preuve. Façonnés à la main au cœur du pays choletais puis finalisés dans un atelier parisien, les Kol scellent l'alliance du savoir-faire artisanal (le cuir y est travaillé méticuleusement) et l'utilisation des nouvelles technologies (pour le travail de précision). Les collections de bijoux s'articulent autour de 4 modèles/formes créés en petite série afin de conférer aux Kol un esprit unique et singulier. Comble du chic, les bijoux Kol ont été sélectionnés par la boutique du Musée des Arts Décoratifs de Paris, à l'occasion de l'exposition « Tenue correcte exigée : quand le vêtement fait scandale ». On vous conseille très vivement d'aller y faire un tour !



A partir de 150 euros l'unité, Kol Paris, [kol-paris.myshopify.com](http://kol-paris.myshopify.com)



La mode entre  
Paris et Marrakech

Chez les Marisienne, tout est une question de coup de foudre. Il est d'abord amical : Chloé et Stéphanie sont inséparables depuis plus de 30 ans. Puis elles découvrent en 2003 le Maroc et leur seconde passion vient de naître. La suite se fait tout naturellement : les deux copines créent une mode chic et éthique, une marque de vêtements qui allie la mode parisienne avec un soupçon d'Orient, au prix le plus juste. Toutes les pièces sont faites à la main par des artisans marocains qui possèdent un remarquable savoir-faire. 3 à 4 collections d'une quinzaine de modèles sont éditées par an ; en parallèle, les Marisienne réinventent un vêtement iconique du vestiaire féminin (bomber, sweat...) avec LA touche locale made in Marrakech !

Les Marisienne, [www.lesmarisienne.com](http://www.lesmarisienne.com)

L'été French Riviera

Cet été, la marque LTB met le cap sur le sud de la France, avec une collection capsule dédiée à la croisière. Une véritable plongée dans les sixties et un vibrant hommage à BB avec des intemporels au style très «French Riviera». On aime, les mini shorts vichy bleu, les marinières, les tops et les robes imprimées qui conjuguent décontraction et élégance. A porter à la plage comme en ville et à accessoriser d'un joli panier et de lunettes XXL pour un effet sixties assuré.

Collection capsule French Riviera  
à partir de 19,95 euros, [www.ltbjeans.com](http://www.ltbjeans.com)



Barons Papillom, des sneakers 100% parisiennes !

Créée en 2013 par Eric Lemaitre, Barons Papillom est une marque de baskets moderne de qualité premium. Montées à la main dans un atelier parisien qui a conservé les techniques artisanales, les modèles sont en cuir soigneusement choisi, toujours agréable pour le pied. La semelle intérieure en cuir de veau et insert de liège mélangé à des herbes assainissantes est respirante. Pas de mauvaise odeur, pas de sensation d'étouffement. Quant à la semelle orange extérieure, clin d'œil à Paris, elle représente les maillages des rues de la capitale française. Barons Papillom joue également la carte de l'originalité grâce à son système de fermeture. Pas de lacets, pas de scratch, mais un système unique et innovant de strap talon 180°. Astucieux, facile à mettre et à enlever ! La marque de sneakers pousse la singularité jusqu'au bout avec la possibilité de les personnaliser avec son chiffre fétiche ou ses initiales à l'or fin. Des baskets haut de gamme qui vous ressemblent !

A partir de 125 euros, Barons Papillom, [www.baronspapillom.com](http://www.baronspapillom.com)





# RALLYE des Princesses

CAP *sur* Saint-Tropez!

Le Rallye des Princesses est aujourd'hui une belle jeune femme, qui célèbre en 2017 ses dix-huit printemps. Voici donc près de deux décennies que chaque année, en juin, un cortège pas comme les autres prend le départ depuis la très prestigieuse Place Vendôme à Paris pour rejoindre la non moins mythique Place des Lices à Saint-Tropez. Au total, 90 voitures de collection, pilotées par des équipages exclusivement féminins parcourront près de 1 600 kilomètres en cinq jours. Après une soirée d'ouverture Place Vendôme, les participantes prendront la route direction le soleil, avec cinq étapes raffinées en hôtels 3, 4 et 5 étoiles sur le thème de l'évasion. Tout au long du parcours, les compétitrices seront évaluées sur leur navigation et le respect minutieux d'une vitesse moyenne donnée. Parmi les bolides qui prendront part à la course : les voitures de collection d'avant-guerre à 1989, ainsi que les véhicules de prestige récents construits sur le modèle de voitures de collections. Afin que les voitures anciennes puissent concourir équitablement, chaque vitesse moyenne est déterminée en fonction de l'âge du véhicule. Pour les participantes, le Rallye des Princesses est l'occasion de redécouvrir les plus belles régions de France au travers d'un défi automobile ultra-dynamisant. Le soir venu, après une journée bien sportive, elles pourront profiter des étapes confortables et seront accueillies chaque soir par une coupe de champagne et un dîner entre princesses !

## 3 questions à /

“ *Viviane Zaniroli*  
L'automobile c'est aussi une histoire de femmes...  
l'élégance et la finesse en plus ! »

**Qu'est-ce qui vous a donné l'envie de créer le Rallye des Princesses ?**  
Je suis passionnée de voitures anciennes et de rallyes. Malheureusement, j'ai vite constaté que les femmes étaient très souvent reléguées au rôle de co-pilote dans les courses automobiles. J'ai donc voulu créer un événement spécialement à destination des femmes. En l'an 2000, le Rallye des Princesses était né !

**Qu'est-ce qui différencie le rallye des Princesses des autres courses automobiles ?**  
Si sur le plan sportif et le nombre de kilomètres parcourus, le rallye n'a rien à envier aux événements masculins, le Rallye des Princesses Richard Mille accorde une grande place à l'esthétique, au raffinement et aux attentions portées aux concurrentes ! Finalement, l'automobile c'est aussi une histoire de femmes... l'élégance et la finesse en plus !

**Quelques mots pour résumer cette course ?**  
Sans hésiter, je dirai : rafraîchissant, puis charme, élégance, glamour, féminin, sport, convivialité, prestige, bonheur et bien-sûr évasion !

## Des princesses sous l'œil bienveillant de RICHARD MILLE

En 2015, le Rallye des Princesses prend le nom de son sponsor pour devenir le RALLYE DES PRINCESSES RICHARD MILLE. A l'origine de ce partenariat, *une rencontre*, celle de deux passionnés de belles voitures et de beaux objets qui partagent une même vision des femmes. Pour *Viviane Zaniroli*, fondatrice du Rallye des Princesses, la rencontre avec la très prestigieuse maison horlogère *Richard Mille*, apparu comme une évidence. Depuis cette rencontre, *l'horloger veille avec bienveillance sur les princesses* qui prennent la route en équipage pour rejoindre en cinq jours le mythique Saint-Tropez.



SET *a course for* Saint Tropez!

# RALLYE des Princesses

Today, the Rallye des Princesses is a beautiful young woman celebrating her 18th birthday in 2017. For 2 decades now, a special rally has started every year from the prestigious Place Vendôme in Paris to arrive at the no less iconic Place des Lices in Saint-Tropez. In total, 90 vintage cars driven by only female teams will cover almost 1,000 miles within 5 days. After an opening night at Place Vendôme, the participants will hit the road to the South with five stops in fancy 3, 4 or 5 star hotels on the theme of evasion.

All along the road, the competitors will be assessed on their navigation and the respect of a precise given speed. Among the classic cars in the race are those dating from the period before WWII to 1989, also prestigious new cars built like vintage cars. To give equality to old cars, each average speed is given according to the car vintage.

For the participants, the Rallye des Princesses is an opportunity to discover the most beautiful areas in France thanks to a motivating car challenge. In the evening, after very sporty days, they will enjoy comfortable stops with a glass of champagne and a dinner between princesses !

## 3 questions to /

“ *Viviane Zaniroli*  
Automobile is also a women story... elegance and finesse in addition ! »

**What made you want to create the Rallye des Princesses ?**  
I have a passion for classic cars and rallies. Unfortunately, I soon saw that women were very often relegated as co-drivers in car races. So I decided to create an event for women only. In 2000, the Rallye des Princesses was born !

**What distinguishes the Rallye des Princesses from other car races ?**  
If in sporting and distance terms, the rally doesn't have anything to envy to the male races, the Rallye des Princesses Richard Mille pays special attention to aesthetics, refinement and competitors caring! Finally, automobile is also a women story... elegance and finesse in addition !

**Which words to sum up this race ?**  
Without hesitation, I would say: refreshing, and charm, elegance, glamour, femininity, sport, conviviality, prestige, happiness and of course evasion !

## Princesses under the watchful eye of RICHARD MILLE

In 2015, the Rallye des Princesses took the name of the main sponsor to become the RALLYE DES PRINCESSES RICHARD MILLE. At the origin of this partnership was *an encounter*, between two persons passionate about beautiful cars and objects who share a common vision on women. For *Viviane Zaniroli*, the Rallye des Princesses founder, is the evident encounter with the famous watchmaker *Richard Mille*. Since then, *the watchmaker keeps a benevolent eye on the princesses* who are on the road in crews to reach the iconic Saint-Tropez in five days.



# LA BEAUTE

## À LA POINTE DE LA BEAUTÉ

Avec l'arrivée de l'été, on a toutes envie de textures légères et fraîches, de senteurs qui rappellent les vacances et de maquillage plus light mais toujours glamour. Sans pour autant oublier les soins ciblés et efficaces en particulier pour la protection solaire, l'hydratation et la réparation ! Côté parfum, on mise sur la fraîcheur des agrumes ou sur des fragrances fleuries. Pour le maquillage, on ose le flashy ! Sephora, notre enseigne référence, nous propose une jolie sélection pop & colorée. Les soins visage, corps, cheveux et solaires proposent des formules de plus en plus pointues pour se protéger du soleil. Voici une sélection des nouveautés de la beauty sphère pour être belle jusqu'au bout des ongles.

## AT THE FOREFRONT OF BEAUTY

With summer coming, we all prefer light and fresh textures, fragrances reminding you of holidays and lighter still glamorous makeup. Without forgetting specific and efficient skin cares and more particularly sunscreens, moisturizers and repairing cares! As for fragrances, we prefer citrus freshness and flowered scents. Concerning makeup, we try flashy ones! Sephora, our reference brand, suggests a nice, pop and colourful selection. Face, body, hair and sun products propose more and more efficient formulas to protect from sun. Here is a selection of new things from the beauty sphere to be beautiful through and through.

#BEAUTY#  
PRETTY  
#COLOR#SOINS  
SUBLIME  
MAKE-UP  
#FRAGRANCE  
PARFUM#  
#GLAM

PRODUIT CULTÉ

PUBLI-COMMUNIQUÉ

# Bronzer

sans penser  
aux rides !

## LA CRÈME ANTI-RIDES DE L'ÉTÉ

Aboutissement de 40 années d'études sur les effets des UV sur la peau, Bronz Repair, conçu par la Recherche Institut Esthederm, va plus loin dans l'efficacité anti-rides.

Une véritable performance : **protection solaire, bronzage rapide et durable, correction des rides, pouvoir hydratant d'exception**, le tout dans une texture onctueuse au parfum addictif. Depuis sa création, Bronz Repair a donné envie à des milliers de femmes de confier la jeunesse de leur peau à Institut Esthederm.

## RIDES : LE POINT DE VUE DE L'EXPERT

Les UVA, les infra-rouges et même la lumière visible sont à l'origine de nombreux signes de vieillissement cutané.

*"La formule Bronz Repair bénéficie d'une protection solaire UVA aussi puissante que sa protection UVB, et surtout d'un brevet "bouclier" qui se glisse sous la peau : GLOBAL CELLULAR PROTECTION. Cette technologie innovante prévient\* rides, taches, dommages cellulaires, induits par le spectre solaire intégral (UVB, UVA, lumière visible et infrarouges).*

Aurélie Guyoux, Directrice Scientifique Institut Esthederm

## INSTITUT ESTHEDERM

### COMMENT CHOISIR VOTRE SOIN SOLAIRE INSTITUT ESTHEDERM ?

Les soleils indiquent la force de l'ensoleillement sous lequel votre peau est exposée : \* soleil de printemps, \*\* soleil d'été, \*\*\* mer, tropiques, montagne. Notre protection est globale, elle inclut les UVB, les UVA, les infra-rouges et la lumière visible. En toute circonstance la qualité et la jeunesse de votre peau sont préservées.



\*Test de prévention des dommages dermiques sous spectre solaire total. Disponible en instituts de beauté, Sephora, Printemps, Galeries Lafayette, Nocibé, Parashop, pharmacies sélectives et sur notre e-shop [www.esthederm.com](http://www.esthederm.com). Rejoignez-nous sur :



© : DR



## À DÉCOUVRIR, LE RITUEL BEAUTÉ SOLAIRE INSTITUT ESTHEDERM

Avant l'exposition, préparer la peau au soleil avec **Bronz Impulse**, la brume qui stimule et optimise le bronzage naturel. Le soir, réhydrater avec le soin **Repair** Après-soleil, l'anti-rides apaisant des nuits d'été.

# NEWSACTU



## Une pluie de raisins sur votre peau

L'Eau de Raisin de Caudalie est le best-seller de la marque dans le monde. elle a su conquérir le cœur de millions de femmes grâce à ses multiples propriétés. Diffusée en atomiseur, l'Eau de Raisin apaise, rafraîchit et hydrate tout au long de la journée. La peau est moins irritée, les rougeurs sont diminuées. Composée à 100% d'eau de raisins bio cultivés sans OGM et sans pesticides chimiques, gorgée en minéraux et oligo-éléments, elle est à conserver dans son sac à main pour l'avoir toujours prêt de soi. Impossible de ne pas craquer pour son édition limitée qui nous rappellera la fraîcheur de son eau.

**Eau de Raisin édition limitée, 6,70 euros, Caudalie, [www.caudalie.com](http://www.caudalie.com)**

## L'Huile de Jasmin par Chanel

Créée par Coco Chanel en 1927, l'Huile de Jasmin séduit par la simplicité de sa formule et de son utilisation. Composée principalement d'ingrédients d'origine naturelle dont l'extrait de jasmin, elle apporte hydratation, confort et souplesse à la peau. Les rides et ridules sont atténuées, le teint est illuminé. Concernant son application, libre à vous de l'utiliser comme vous le souhaitez : matin et/ou soir, quotidiennement ou en cure, pure ou mélangée à sa crème de jour ou à son fond de teint. Son toucher non gras et son parfum délicat vous feront entrer dans une bulle de douceur, un vrai moment de bien-être.



**L'Huile de Jasmin, 50 ml, 110 euros, Chanel, en exclusivité dans les boutiques Chanel et sur le site [www.chanel.com](http://www.chanel.com)**



## Tout est une question de temps...

S'il est une chose dans nos vies éphémères qui s'écoule sans que l'on en prenne conscience, c'est bien le temps. Il défile à toute allure, sans que l'on puisse le maîtriser. Quoi de plus représentatif que le sablier pour le matérialiser ? Un objet inattendu et atypique, comme les affectionne Diptyque. Car cette création ne marque pas seulement le temps qui passe, il diffuse des effluves parfumées, tel un voyage à travers le temps. Le parfum choisi se distingue par son verre coloré. Votre espace devient un lieu de mille rêveries, où l'on se décide enfin à prendre du temps pour soi.

**Le Sablier, 138 euros / La recharge, 40 euros, Diptyque, [www.diptyqueparis.fr](http://www.diptyqueparis.fr)**

## Colorisi, le vernis écolo !

Les vernis Colorisi regroupent tout ce que l'on aime dans la beauté green d'aujourd'hui. Des produits bio, fabriqués en France et formulés avec des actifs naturels de grande qualité (75,5% à 80% d'origine naturelle), le plus possible sans matière chimique (Colorisi est la première marque dont la formule des vernis est 9 et 10 free) et accessible aux vegans (les produits sont certifiés par la PETA). Bien plus que des vernis, ils sont aussi enrichis en silicium, connu pour ses propriétés fortifiantes et protectrices. A côté de cela, Colorisi n'a pas oublié l'aspect cosmétique : un pinceau plat et large qui facilite la manucure, une brillance et une tenue longue durée et un prix tout doux. Enfin, un éventail de couleurs 100% Dolce Vita qui vous emmène tout droit en Italie pour cette collection.

**Vernis Colorisi, 8 ml, 10 euros l'unité, [www.colorisi.com](http://www.colorisi.com)**



## Prime Renewing Pack en édition limitée



Valmont, c'est l'iconique maison chic et pro. Pour célébrer les 33 printemps de son soin mythique, Valmont a choisi de le couvrir d'or. Le masque Prime Renewing Pack s'offre un écrin d'exception émaillé de blanc et d'or et ciselé du monogramme emblématique de la marque Valmont. Masque de génie, Prime Renewing Pack s'utilise aussi bien en coup d'éclat ponctuel, en couche épaisse ou en masque quotidien pour révéler instantanément l'éclat d'une peau saine, tout en améliorant jour après jour l'aspect du teint. Une efficacité légendaire disponible en édition limitée de 125 ml.

**Prime Renewing Pack Limited Edition 125ml, 320 € Valmont, [www.boutiquevalmont.com](http://www.boutiquevalmont.com)**



## La Brume Eight Hour !

Voici le dernier-né de la gamme Eight Hour d'Elizabeth Arden : la Brume Miracle Hydratante, multi-usages, à utiliser à tout moment dans la journée. Issue notamment d'un mélange de super-fruits enrichis en oxydant, de jus d'Aloès connu pour ses propriétés hydratantes et apaisantes, et d'extraits de feuilles de pommes pour adoucir les peaux irritées, cette brume apporte douceur et rafraîchissement à la peau, tout en lui offrant une bouffée d'hydratation. Son parfum addictif et énergisant d'eau de citron, de rose et de bergamote ainsi que son format voyage validé par les compagnies aériennes en font un nouvel indispensable, à avoir toujours près de soi.

**Eight Hour Brume Miracle Hydratante, 100 ml, 25 euros, Elizabeth Arden, [www.elizabetharden.fr](http://www.elizabetharden.fr)**

## Kami, une ode à la féminité

Sous cette marque de respect japonaise (Kami représente un esprit, un être suprême, divin, qui peut être vénéré) se cache un nectar divin pour le corps aux multiples vertus qui agit en 3 temps. L'effet tenseur de Kami est immédiat, la surface de la peau est lissée, plus ferme et tonique. Dès 24 heures, grâce à une huile obtenue à partir de salicorne, les pertes en eau sont stoppées, le taux d'hydratation de la peau est augmenté. Après 28 jours d'application quotidienne, les capilons sont dégonflés et lissés. Kami est un concentré d'actifs d'exception (extrait de nacre bio et lait d'ânesse bio des Pyrénées), composé de 99% d'ingrédients d'origine naturelle. Sa fragrance fleur de cerisier et sa texture fondante et seconde peau en font un soin d'une qualité suprême.



**Kami, 200 ml, 59 euros, Perlanesse, [www.perlanesse.com](http://www.perlanesse.com)**

## Petite Chérie par Annick Goutal et Claudie Pierlot

Lorsqu'Annick Goutal crée Petite Chérie, elle le fait en pensant à sa fille Camille. Se retrouvent dans ce jus la rose musquée, la poire juteuse mêlée à de la pêche suave, complétées par un soupçon d'herbe fraîchement coupée. De cette fragrance, on imagine une femme-enfant douce et espiègle, qui sait ce qu'elle veut. Cette description représente également la femme Claudie Pierlot. Partageant la même vision de l'élégante parisienne, c'est tout naturellement que les deux maisons collaborent ensemble autour d'une collection éphémère Petite Chérie. Imprimé fleuri, nœuds, liberty, on retrouve les codes caractéristiques de Claudie Pierlot et Annick Goutal. Le vrai twist ? : assortir sa marinière Petite Chérie à son parfum et sa brume cheveux. So chic !



**Collection éphémère Petite Chérie, à partir de 38 euros l'eau de Parfum Petite Chérie en format nomade, 20 ml, Claudie Pierlot, [Claudiepierlot.com](http://Claudiepierlot.com) / Annick Goutal, [Annickgoutal.com](http://Annickgoutal.com)**



« J'ai mis au cœur de mes valeurs humaines, l'audace de créer du bonheur et d'imaginer des instants d'émotions autour de bijoux avec ceux que l'on aime. Mon métier de créatrice est de vous comprendre pour vous accompagner dans tous ces moments complices. Ma passion est de produire des bijoux pensés pour les petites et grandes occasions de la vie. »

Catherine Coûteaux créatrice artiste joaillière



**CATHERINE'S**  
PARIS

[www.catherines.fr](http://www.catherines.fr)  
Showroom, 62 rue Lafayette, 75009 Paris  
RDV privés au 06.98.92.17.79  
[catherine@catherines.fr](mailto:catherine@catherines.fr)



# NEWSACTU



## Du pouvoir magique d'une peluche

Le Gueridou n'est pas un simple doudou, et il est bien plus qu'une peluche. Il est magique, c'est un « chatman » qui envoie des ondes positives tout autour de lui. On l'offre dans sa jolie boîte « attrape-rêves ». On pose un message personnel sur l'étiquette à l'intérieur du couvercle ; parce qu'il n'est pas toujours facile de poser des mots sur ce que l'on ressent, le Gueridou tient ce rôle de médiateur. Co-créé par Marie, la créatrice de l'e-shop « Les Mots sont des Cadeaux », et Céline qui fabrique ce petit doudou à partir d'une belle et douce feutrine, entièrement cousu à la main, point par point. Le Gueridou saura absorber les maux et distribuer un amour sans limite.

**Gueridou, 44 euros, Les Mots sont des Cadeaux, [www.lesmotsontdescadeaux.com](http://www.lesmotsontdescadeaux.com)**



## Soin réparateur sensitive

Vitry a imaginé un soin à destination de toutes celles et ceux dont les ongles sont sensibles, dédoublés et cassants. Formulé sans silicone ni matière issue de la pétrochimie, le soin réparateur est formulé à 74 % d'ingrédients bio sourcés et d'origine naturelles. Une formulation exclusive qui permet de retrouver rapidement des ongles sains grâce à la technologie de l'encapsulation d'actifs biodégradables qui améliorent l'efficacité cosmétique et libèrent progressivement les actifs. A appliquer tous les deux jours et à utiliser seul ou en base de vernis.

**Vitry, 10 ml, 14,50 euros. Echantillon gratuit à la disposition des clients en format 4 ml. Disponible en pharmacie et parapharmacie.**

## Lumea Prestige, l'épilation durable et sans douleur

Les poils, une véritable galère ! Il existe tellement de manière de les éradiquer mais une seule permet de s'en débarrasser pour longtemps : le Lumea Prestige de Philips. Sa technique de flashage deux fois plus rapide que les précédentes versions permet à la racine du poil de rentrer en phase de repos. Le poil tombe naturellement, sa repousse est retardée. L'action est douce, indolore et ultra-rapide. Quelque soit la couleur de la peau ou du poil, le Lumea Prestige est fait pour toutes les femmes ! Grâce à sa reconnaissance, il propose un réglage optimal. Et comme chaque zone possède sa propre spécificité, il est équipé de 4 embouts (aisselles, jambes, maillot, visage) afin de s'adapter à la nature des poils flashés. Un indispensable à l'approche des beaux jours !



**Lumea Prestige, 549 euros, Philips, [www.philips.fr](http://www.philips.fr)**

## Arthur Arbesser x Silhouette

Depuis deux saisons, Silhouette collabore avec une étoile montante de la mode afin de créer des paires de lunettes artistiques. Pour cette troisième collection capsule, la marque autrichienne a choisi Arthur Arbesser, l'un des créateurs milanais les plus prometteurs de sa génération. Minimalisme, création et production de haute qualité sont 3 valeurs communes à Silhouette et Arthur Arbesser, qui souhaite réduire ses créations à leurs éléments essentiels. Les couleurs fraîches et acidulées des montures et des verres, assorties à leur chiffonnette, en font LA paire de l'été !

**Arthur Arbesser x Silhouette, 319 euros, [silhouette.com](http://silhouette.com), [arthurarbesser.com](http://arthurarbesser.com)**



## Kit mini pour effet maxi

Le spécialiste des vernis longue tenue, Alessandro international propose désormais son cultissime kit Stripalac en version mini. A l'intérieur : les essentiels pour une manucure parfaite. De quoi avoir des mains impeccables en toutes circonstances, grâce à un twin coat (base et finition) et un vernis de 5 ml, accompagnés d'une lampe UV/LED format mini, d'un repousse-cuticule et de deux sachets de pads nettoyants. Résultat : un vernis qui ne s'écaille ni ne se raye pour une tenue pouvant aller jusqu'à deux semaines.



**Stripalac, kit mini, 24,95 euros, Alessandro, chez Sephora et Nocibé [www.alessandro-international.com](http://www.alessandro-international.com)**

## Valmont met le cap sur Tokyo et Vancouver

Après Berlin et Hong-Kong en 2016, les vitrines du savoir-faire du Groupe Valmont prennent aujourd'hui vie à Tokyo et Vancouver. Deux capitales de tendances en pleine expansion où se rencontrent frénésie et sérénité, à travers la tradition mêlée au modernisme de l'architecture des bâtiments... Des villes de choix pour la Maison Valmont, qui depuis des décennies diffuse ses innovations très haute qualité à l'international. De quoi retrouver les mythiques best-sellers de la Maison aux quatre coins de la planète.

**La Maison Valmont. [www.boutiquevalmont.com](http://www.boutiquevalmont.com)**



## Jolimoi, la beauté personnalisée

Isabelle Rabier est partie d'un simple constat : il devient difficile pour les femmes de trouver LE bon produit make-up, soin ou cheveux parmi des milliers de références cosmétiques. Son but en fondant Jolimoi, premier service de shopping beauté personnalisé en France ? : que nous puissions être aidées, accompagnées et aiguillées dans nos choix. A notre disposition, des offres et des services uniques, comme le Beauty Affinity, qui permet, grâce à un questionnaire, de découvrir quels produits de la sélection Jolimoi matchent le plus avec notre profil beauté ; l'Enveloppe Beauté donne la possibilité de tester 8 produits pour 9,90 euros ; des échanges de conseils avec des Stylistes Beauté, passionnées par les cosmétiques, que ce soit par sms, mail ou en rendez-vous ; le Mag Jolimoi distille informations et inspirations en ligne. Grâce à Jolimoi et à son équipe, il est maintenant impossible de ne pas trouver le produit qui nous était prédestiné !



**Jolimoi, [www.jolimoi.com](http://www.jolimoi.com)**

## Innovation SkinCeuticals

Dès ses débuts, SkinCeuticals, marque médicale esthétique américaine n°1 dans le monde, a fait de la recherche avancée et de l'innovation sa marque de fabrique. La marque a vu le jour suite à une découverte révolutionnaire qui, depuis, sert de référence en matière de formulation d'antioxydant. Pas étonnant que SkinCeuticals se soit vite imposé comme pionnier des soins dermo-professionnels ! A présent, SkinCeuticals applique à toutes ses créations le même adage « combattre le vieillissement cutané » avec un rituel immuable : prévention, protection et correction. Conçues pour prévenir les dommages cutanés futurs, pour protéger la peau et pour corriger les imperfections antérieures, toutes les formules haute efficacité des produits de la marque sont issues des dernières avancées scientifiques. Dernière innovation de la Maison, le soin HA1 pour « Hyaluronic Acid Intensifier » : un sérum correcteur qui booste le taux d'acide hyaluronique de la peau de 30 %. Une innovation qui permet de combattre la perte de fermeté de la peau et les rides creuses et profondes. Résultat : un visage plus ferme et une peau parfaitement hydratée.

Pour préparer l'été, SkinCeuticals dévoile une gamme de trois coffrets anti-oxydants, en édition limitée, qui associent un sérum anti-âge anti-oxydant ciblé à une photoprotection ou à un correcteur qui vont aider à prévenir et protéger la peau des dommages causés par les agressions atmosphériques quotidiennes et donc, du vieillissement.

**Le premier associe le sérum CE Ferulic, qui corrige rides, ridules et perte de fermeté tout en redonnant de l'éclat au teint, à la protection solaire Ultra-Facial defense SPF 50+**

**Le second associe Phloretin CF, qui améliore l'apparence des taches pigmentaires, ridules et teint irrégulier, à la protection solaire Ultra-Facial defense SPF 50+**

**Le troisième associe Resveratrol BE, qui répare les dommages cutanés accumulés et diminue les signes de l'âge, à Retexturing Activator pour les rides et des ridules lissées et un teint éclatant.**



Découvrez SkinCeuticals au Derma Center - 13, rue des Francs-Bourgeois, Paris 4ème et réservez un diagnostic de peau personnalisé au 01 40 33 06 33.

From the very beginning, SkinCeuticals, an American aesthetic medical brand number 1 in the world, made advanced search and innovation its trademark. The brand was born after a revolutionary discovery which, since then, has been a reference concerning antioxidant formula. It's not surprising that SkinCeuticals has become a professional skin care pioneer ! Now, SkinCeuticals implements the same rule to all its creations, "fight skin aging" with an immutable ritual: prevent, protect and correct.

Created to prevent the future skin damages, to protect the skin and to correct former imperfections, all the highly effective formulas of the products by the brand come from the latest scientific discoveries. The latest innovation by the House is the HA Intensifier a Hyaluronic Acid serum: a corrective serum that amplifies skin's hyaluronic acid levels by 30%. An innovation helping improve firmness and reduce lines. The result is a firmer and long lasting hydrated skin.

Before summer, SkinCeuticals launches a range of three antioxidant limited boxes, combining an anti-aging serum to a sunscreen or a skin corrector that will help to prevent and protect the skin from daily environmental damage and as a consequence aging.

The first box combines C E Ferulic serum that improves the appearance of lines and wrinkles and the loss of firmness while brightening skin's complexion to the Ultra Facial Defense SPF 50 high protection.

The second box combines Phloretin CF that improves the appearance of discoloration, fine lines and uneven skin tone to the Ultra Facial Defense SPF 50 high protection.

The third box combines Resveratrol B E that repairs skin damage and diminishes signs of aging to Retexturing Activator that diminishes lines, smoothes skin and increases radiance.

## SkinCeuticals Innovation

# NEWSACTU



Plus qu'un créateur, un magicien !

Yann Masaryk fait partie de ces designers qui vont le plus loin possible dans la création. Il trouve au sein de chaque objet une histoire qu'il va développer afin de donner une âme à sa trouvaille. Installé dans le Morbihan, Yann Masaryk mixe à merveille le métal, son matériau fétiche au style industriel. La rédaction de Showcase est d'ailleurs tombée en amour devant le lampadaire Sputnik qui apporte une lumière douce et chaleureuse. Yann sait se diversifier et joue également avec le bois, le plexi et différentes pièces de récup. En accord avec son imagination, chaque pièce est unique et originale.

Lampadaire Sputnik, 1 660 euros, Yann Masaryk

Adieu la chirurgie esthétique !



Dès 30 ans, la peau du visage se relâche et perd en élasticité, ce qui nous donne mauvaise mine et accélère l'apparition des rides. Slendertone a enfin trouvé une méthode alternative à la chirurgie esthétique et aux injections : le Casque de Beauté lift-éclair. Une fois posé sur les pommettes, cet appareil d'électrostimulation envoie des impulsions électriques de faible intensité aux muscles du visage pour les stimuler et les tonifier naturellement. Deux programmes sont disponibles, en fonction de ce que l'on souhaite : le programme Lifting apporte élasticité et fermeté à la peau en 20 minutes, quand le programme Eclat redonne de l'éclat au teint en 10 minutes. Une méthode douce et efficace pour un visage éclatant de santé et repulpé tout en restant naturel, sans modifier les traits.

Slendertone Face, 169 euros / Electrodes, 12,50 euros, Slendertone, [www.slendertone.com](http://www.slendertone.com)

Océopin, le meilleur du pin

Marina Berger Collinet-Ourthe, créatrice d'Océopin, baigne dans les conifères depuis son enfance, de par le métier de son papa. Ces arbres maritimes sont connus pour leur capacité à pousser vite et à résister à des conditions extrêmes. C'est donc tout naturellement qu'elle s'est dirigée vers les pins pour créer sa marque de soins cosmétiques, en extrayant l'huile contenue dans ses pommes. Océopin est le seul fabricant d'huile de graines de pin maritime dans le monde, 100% made in France et certifiée 100% bio. La rédaction de Showcase a craqué pour le Soin du Corps Bio, une huile sèche pour le corps et les cheveux, parfait en masque avant shampooing ! Son quatuor de 4 huiles (Huile de graines de pin maritime, de lin, d'onagre et de macérât de mimosa) apporte notamment souplesse, régénération à la peau tout en étant anti-âge, anti-rides et anti-oxydant. Son toucher non gras permet de s'habiller rapidement une fois appliqué, son parfum addictif d'embruns marins et de pinèdes du Cap Ferret vous embarque en week-end à tout moment...



Le Soin du Corps Bio, 100 ml, 29 euros, Océopin, [www.oceopin.com](http://www.oceopin.com)



Moineau, y es-tu ?

De petits oiseaux, en duo, en solo, sur des objets de déco, de la vaisselle. Y a-t-il plus mignon dans son salon ? Amoureuse de la céramique, Claire Omnès crée en 2013 « Moineaux & Co » où elle met en scène et raconte des histoires de moineaux et autres petites bêtes à poils ou à plumes. Moulés à la main et fabriqués dans les usines de Quimper, chaque objet est produit en petite série, ce qui en fait une déco unique. Forte de ses rencontres avec d'autres artisans, Claire propose maintenant chez « Moineaux & Co » des savons, du thé et de la papeterie. Impossible de ne pas craquer !



Moineaux & Co, [www.moineauxandco.fr](http://www.moineauxandco.fr)

365 Sun Kissed Drops, du soleil toute l'année !



Avec le 365 Sun Kissed Drops, à nous le teint doré et la bonne mine même en hiver ! Un résultat naturel sans une goutte d'auto-bronzant, que l'on peut moduler à notre façon, en mixant le 365 Sun Kissed Drops à notre crème de jour, ou en l'appliquant directement sur notre visage préalablement hydraté. 365 Sun Kissed Drops est bien plus qu'une crème teintée, c'est également un soin : votre peau est protégée des agressions extérieures et des radicaux libres générés par la pollution. Grâce à son Complexe Activateur de Bronzage qui aide à stimuler la mélanine présente dans nos cellules, vous bronzez naturellement avec plus de facilité ! Glamour, tout en étant protégée.

365 Sun Kissed Drops, 20 ml, 29,50 euros, Lancaster, en exclusivité chez Nocibé, [www.lancaster-beauty.com](http://www.lancaster-beauty.com)

Du savon noir en tube !

Connu pour son savon noir de qualité premium, Karawan-authentic innove et le présente maintenant sous forme de tube. Il devient ainsi le premier savon noir en tube à bénéficier de la mention Cosmos. Avec sa capsule-service, l'utilisation se fait plus hygiénique et plus simple : on peut tout simplement l'ouvrir et le fermer avec une seule main ! Pure olive ou parfumé à l'huile essentielle d'eucalyptus, vous pouvez utiliser la pâte de savon végétal pour le corps et le visage pour une peau douce et purifiée. En complément, après avoir appliqué le savon noir, le gant kessa vous permettra de déloger en profondeur les impuretés. Un vrai rituel de beauté sous votre douche !



Pure olive, 120 ml, 13,50 euros / Pure olive & eucalyptus, 120 ml, 14 euros / Gant kessa, 7,50 euros, Karawan-authentic, [www.karawan.fr](http://www.karawan.fr)

Parfum chic pour femme emblématique !

Giorgio Beverly Hills sait comment insuffler élégance et style aux femmes, tout d'abord grâce à ces tenues toutes plus somptueuses les une que les autres. Ensuite grâce à ses fragrances. Se parfumer, c'est instantanément prendre confiance en soi et s'assurer que la journée ne peut que bien commencer. Avec sa troisième édition collector intitulée « Giorgio Beverly Hills Chic », ses effluves de Fleur d'Oranger et Bergamote apporteront un zeste de fraîcheur, tandis que le Jasmin et l'Ylang Ylang, au contact de votre peau, envoûteront ceux qui s'approcheront (d'un peu trop près) de vous. Féminité, sensualité et raffinement, Giorgio Beverly Hills Chic ne laissera personne indifférent.



Giorgio Beverly Hills Chic Eau de Toilette, 90 ml, 78 euros, Giorgio Beverly Hills, [www.giorgioeverlyhills.fr](http://www.giorgioeverlyhills.fr)

**NUXE**  
PARIS

INSTINCTIVE BEAUTY



huile prodigieuse®

Votre intuition guide vos désirs de féminité les plus intimes. Nourrissez votre visage, habillez votre corps d'une fragrance intense et addictive, coiffez vos cheveux d'un voile délicat et lumineux. L'Huile Prodigieuse®, véritable pulsion sensuelle, nourrit et protège votre peau tout en sublimant votre beauté.

Instinctive Beauty : de l'instinct naît la beauté.

N°1\*  
DES HUILES

SANS PARABEN, SANS HUILE MINÉRALE, SANS INGRÉDIENT D'ORIGINE ANIMALE

EN PHARMACIES, PARAPHARMACIES ET SUR [WWW.NUXE.COM](http://WWW.NUXE.COM)

\*Source : QuintilesIMS - PEC Pharmacie et Parapharmacie - Marché soin corps femmes huiles en France - année 2016 - en volume et valeur. Photo non contractuelle.

# AttentiOn é mOtion

## Mon Guerlain: *quand la vanille* RENCONTRE *la lavande*

Pour sa toute nouvelle partition olfactive, Guerlain a fait appel au savoir-faire de Thierry Wasser, cinquième parfumeur de la Maison. Son dernier Opus s'inscrit dans la plus pure tradition Guerlain : des matières premières authentiques, savamment chinées aux quatre coins du globe, auprès de celles et de ceux qui chaque jour s'emploient à cultiver, ramasser, distiller et extraire. Il y a donc forcément beaucoup d'émotions dans la dernière création de la Maison, sobrement baptisée «Mon Guerlain». Point de départ du travail de composition : la vanille Tahitensis, empruntée à Jicky et que l'on retrouve dans bon nombre des créations cultes de la Maison, à l'instar de Shalimar et d'Habit Rouge. La lavande Carla, une lavande exceptionnelle et rare vient ensuite bousculer la vanille dans sa composante féminine sensuelle, enveloppante et presque maternelle en lui apportant audace, fraîcheur, clarté et simplicité. «Mon Guerlain» est également composé de notes de jasmin Sambac et Santal Album. Résultat : un contraste troublant pour une fragrance inimitable. Pour cette toute dernière création, la Maison a choisi pour écrivain le flacon quadrilobé imaginé en 1908 par Gabriel Guerlain et pour muse et égérie Angelina Jolie. L'ambassadrice très engagée de la Maison a reversé l'intégralité de ses revenus perçus grâce à Mon Guerlain à des œuvres caritatives. Pour elle, Mon Guerlain est «mon parfum, mon tatouage invisible». Une nouvelle fragrance déjà iconique.



Thierry Wasser



Photos Benjamin de Lapparent



« J'ai toujours en moi cette  
soif impérieuse de l'ailleurs,  
d'aller toujours plus loin,  
en quête de nouvelles odeurs. »

Thierry Wasser,  
Maître Parfumeur Guerlain

## Mon Guerlain: *when vanilla* BLENDS *with lavender*

For its brand new fragrance, Guerlain involved Thierry Wasser know-how, 5th perfumer of the house. His latest fragrance fits within the pure Guerlain tradition: genuine raw materials cleverly collected around the world from the people who daily grow, pick, distil and extract. So, there is much emotion in the latest creation from the House, simply named "Mon Guerlain". Basis of the creation work: Tahitensis vanilla present in Jicky and also in many of the iconic creations of the House like Shalimar and Habit Rouge.

Carla lavender, exceptional and rare lavender comes and twists vanilla in its feminine, sensuous, enveloping and even motherly component by giving it audacity, freshness, clarity and simplicity. "Mon Guerlain" is also composed of Sambac jasmine and Album Santal notes. The result : a disturbing contrast for an unequalled fragrance. For this latest creation, the House has chosen a bottle with a quatrefoil design imagined in 1908 by Gabriel Guerlain and Angelina Jolie as a muse and icon. The very committed ambassador of the House has given all the money she earned thanks to Mon Guerlain to charities. For her, Mon Guerlain is "my fragrance, my invisible tattoo". A new and already iconic fragrance.

Eau de Parfum, Spray, 30 ml 62,50 euros  
50 ml 89 euros, 100 ml 126 euros  
Eau de Parfum, flacon en cristal, 1 litre 3200 euros  
Lait parfumé pour le corps 200 ml 55 euros  
Gel parfumé pour la douche 200 ml 49 euros



# BEAUTÉ Textures Poids Plumes

Dès que la température MONTE On a envie de soins LEGERS mais néanmoins EFFICACES

L'hiver avec le froid et le vent, des chocs thermiques entre l'intérieur et l'extérieur, la peau a besoin de textures riches. On veut se sentir protégée par son soin comme par une armure douillette. Evidemment l'été c'est tout l'inverse : protégée oui, mais pas étouffée ! On opte alors pour les produits que les marques mettent à notre disposition : brumes hydratantes, crème-sérum, gouttes ultra-concentrées à mélanger à son soin habituel, soin hydratant biphasé, fluides et émulsions, gel sorbet ou encore voile ultra-léger.

## Very light textures

In winter, with cold and wind, heat shocks between inside and outside, the skin needs rich textures. We need to feel protected by a skin care like a sweet armour. Obviously, it's the opposite in summer: protected yes but not suffocated! So, we choose the products proposed by the brands: moisturizing mists, cream-serum, highly-concentrated drops to be mixed with your usual care, two-phase moisturizing cream, fluids and emulsions, cold gels or ultra-light textures.

When the temperature RISES, we prefer using LIGHT but efficient SKIN CARES



- 1- Smoothing Lightweight Emulsion, BareMinerals, 42 euros
- 2- Soins biphasés ultra-hydratants, Eisenberg en exclusivité chez Marionnaud, 78,99 euros
- 3- Intensive Hyaluronic Sérum, Estherderm, 69 euros
- 4- Fluide Légendaire Aura Mirabilis, Roger&Gallet, 43,70 euros
- 5- Voile protecteur urbain SPF50, Darphin, 40 euros
- 6- Restoring Perfection SPF50, Valmont, 166 euros
- 7- Brume des Lagons, Carita, 44 euros
- 8- Eight Hour Brume Miracle Hydratante, Elisabeth Arden, 20 euros
- 9- Flora Solaris, Sanoïfore, 20 euros
- 10- Concentré Protecteur de peau White Petal, Decléor, 59 euros
- 11- Gel sorbet désaltérant Hydra Essentiel, Clarins, 47,50 euros
- 12- Fluide Cellulaire Effet Lumière, La Prairie, 54 euros
- 13- Elixir Eclat Parfait, Qiriness
- 14- Formule Mains, Neomist, 75 euros



# BEAUTY Attention les YeUX!!

Zone ultra-SENSIBLE le contour de l'oeil nécessite l'emploi de produits bien SPÉCIFIQUES et ce, dès 30 ans

De tout le visage, le contour de l'oeil est la zone la plus fine et la plus fragile. Extrêmement mince (5 fois plus que la peau du visage) et constamment sollicitée (10000 clignements/jour), cette zone accuse précocement la formation des rides et ridules. Le contour de l'oeil est pauvre en collagène, en élastine et en cellules adipeuses. Avec le temps, apparaissent relâchement et flétrissement de la paupière. Sous l'oeil, la peau se détend et une petite poche se forme. Cette zone nécessite des soins bien particuliers, très hydratants, à appliquer avec une gestuelle particulière pour accélérer la circulation sanguine.

## Feast your eyes !!

Of every part of your face, the eye contour is the thinnest and the most fragile area. Extremely thin (five times more than the face skin) and constantly used (10,000 blinks a day), this area has early lines and wrinkles. The eye contour is poor in collagen, elastin and fat cells. The eyelid loosens and withers with time. Under the eye, the skin loosens and bags appear. This area needs very specific and moisturizing cares to be applied with specific gesture to boost circulation.

Very SENSITIVE area, the eye contour needs very SPÉCIFIQUES products and as soon as 30



- 1- Embellir Eye Cream, Menard, 238 euros
- 2- Soins-Masque EGF Yeux, Bioeffect chez Colette [www.colette.fr](http://www.colette.fr), 79 euros
- 3- Concentré Yeux, Dior Prestige, 167,50 euros
- 4- Diophtigel, Lierac, 20,50 euros
- 5- Contour des Yeux, Olivier Clair, 168 euros
- 6- Premier Cru la Crème Yeux, Caudalie, 47,40 euros
- 7- Sublimage la Crème Yeux, Chanel, 160 euros
- 8- Lift & Repair soin lissant contour des yeux, Esthederm, 65 euros
- 9- Visionnaire Eye on Correction, Lancôme, 84 euros
- 10- Crème Contour des Yeux et des Lèvres, Eisenberg en exclusivité chez Marionnaud, 76,99 euros
- 11- Blue Therapy Eye Opening Sérum, Biotherm en vente à partir de mi-septembre, prix sur demande
- 12- Crème Yeux Abeille Royale, Guerlain, 100 euros
- 13- Jeunesse et Perfection du Regard Jour et Nuit, Nuxe, 35 euros
- 14- Pep-Start Eye Cream, Clinique, 25 euros





**LA MAISON VALMONT**

Cosmétiques de pointe, parfumerie d'excellence, soins d'exception... Bienvenue à la Maison Valmont, un havre dédié à la beauté sous toutes ses coutures, aux quatre coins du monde. Créée sous l'impulsion de Sophie et Didier Guillon, respectivement CEO et Président du Groupe Valmont, La Maison Valmont rassemble toute l'excellence des marques

du groupe en un lieu unique au service ultime. L'expertise en cosmétique cellulaire de la marque Valmont, les luxueuses textures des soins L'Elixir des Glaciers et l'extrême raffinement des parfums Il Profvmo... Une expérience shopping inédite agrémentée d'une touche arty avec l'exposition d'œuvres d'art uniques pour satisfaire les plus esthètes.



# BEAUTÉ PrOduits NOmades



karawan  
authentic



*Ultra-malins,  
ces produits prennent  
LE MINIMUM  
de place dans  
le SAC à MAIN,  
la valise ou le TIROIR  
du bureau*

Cet été c'est promis-juré-craché on ne paie pas 6 kg d'excédent de bagages car on a embarqué toute sa salle de bains ! On fait provision de cosmétiques format voyage ou de produits ingénieux qui permettent d'être impeccable même sur une plage déserte au bout du monde (on ne sait jamais, Colin Farrell pourrait passer par là) : le spray qui camoufle les racines, le stylo feutre vernis pour une manucure express, les flacons-pompes de phytothérapie ou le mini-kit vernis permanent. La vraie bonne idée : à la rentrée tous intégreront le tiroir de notre bureau pour une remise en beauté en quelques secondes.



1



## Carry-on and travel products

This summer, it's promised we won't pay extra charge for excess baggage because we took our entire bathroom ! We buy travel-size or clever cosmetics allowing us to be perfect even on a deserted beach at the end of the world (who knows, we may come across Colin Farrell) : the spray concealing hairline, the nail pen for express manicure, phytotherapeutic pump dispensers or permanent nail polish mini kit. The real good idea : back to work, they will all be in our desk drawer for a few seconds beauty enhancement.

*These ultra-smart,  
products take up  
A MINIMUM  
space in your  
HANDBAG,  
suitcase or desk  
DRAWER*



2

- 1- Equave Sun Protection Detangling Conditioner 50ml, Revlon Professional, 10 euros
- 2- Gamme phytothérapie, Erbalab, 14,90 euros chaque
- 3- Mini Luna, Foreo sur Amazon [www.amazon.fr](http://www.amazon.fr), 99 euros
- 4- Bariésun SPF50 30ml, Uriage, 10,20 euros
- 5- Mia Fit, Clarisonic, 220 euros
- 6- Eau Micellaire Ultra 100ml, La Roche-Posay, 5 euros
- 7- Trousse Flyer, Leonor Greyl 3x50ml, 37,50 euros
- 8- Eau de parfum « Soirée d'Été » 15ml, Héroïse de V. au Printemps [www.printemps.fr](http://www.printemps.fr), 25 euros
- 9- Bye Bye Racines 75ml, Coloré par Rodolphe [www.byebyeracines.com](http://www.byebyeracines.com), 35 euros
- 10- Magic Mani Retouche & Go, L'Oréal Paris, 7,50 euros
- 11- Sérüm en masque, Kenzoki, 35 euros
- 12- Elixir des Glaciers Mes Yeux 15ml, Valmont, 265 euros
- 13- Brume Corps Vivifiante 50ml, L'Occitane en Provence, 13,50 euros
- 14- Striplac Mini-Kit, Alessandro chez Nocibé, 24,90 euros
- 15- Huile Sublimatrice Irisée Soleil Plaisir, 50ml, Darphin, 35 euros



## ART DE VIVRE

Karawan authentic revisite les Routes de la Soie par des créations exclusives dans l'univers du bain, de la beauté et de l'hospitalité valorisant les ingrédients naturels et les savoirs faire artisanaux nés des meilleures traditions orientales.

# BEAUTÉ MaQu'Up

FOCUS sur les tendances de l'été

Chez Dior, Chanel, Lancôme, Clarins et Guerlain on accentue cet été la mise en valeur du teint hâlé avec des poudres bronzantes combinées à des blush qui rehaussent l'effet bonne mine. Pour les yeux, les textures métalliques et waterproof permettent de jouer les naïades même à la plage. On adore les ongles couleur coquillages des mers du Sud proposés chez Chanel et Dior. Guerlain innove avec l'Huile Sous le Vent, une nouvelle génération d'huile sèche pour le corps, le visage et les cheveux, extrêmement fine et enrichie en Tan Booster.

Nos trois collections coup de cœur :

Nicolas Degenne, chez Givenchy a imaginé « Points d'Encrage », une collection d'aquarelles et d'encres qui se mêlent, se diluent pour mieux se redéfinir : le highlighter est une gelée aqueuse pour un strobing parfait, le vernis, une encre violette transparente à utiliser seule ou par dessus un vernis et l'encre à cils, un top-coat qui se pose à la pointe des cils pour intensifier la couleur du mascara habituel mais qui peut également s'utiliser en eyeliner.

Urban Decay met Jean-Michel Basquiat à l'honneur à travers une collection dont les noms des teintes, les couleurs et le packaging s'inspirent de l'un des artistes les plus influents du XXe siècle. Les palettes sont recouvertes de toile à peindre afin de créer des jeux de relief. Chaque boîtier comporte une fente à l'arrière pour pouvoir l'accrocher et imaginer sa propre galerie.

Shu Uemura collabore avec Ambush la marque de bijoux qui a le vent en poupe à Tokyo, créée par la graphiste Yoon et le musicien Verbal. Une collection en forme d'ode à la vie et qui exhorte les femmes à être elles-mêmes. Dix couleurs à la texture «eau dans huile» ultra-métallisées et ultrapigmentées pour les yeux, deux stylos pour les sourcils aux accents métalliques. Quatre rouges à lèvres pour se fabriquer un look contrasté : maquillage nude sur les yeux et rouge mat sur les lèvres ou regard intense et bouche sheer shine.

## Chanel

- 1- Poudre Belle Mine Ensoleillée, medium deep, 50 euros
- 1- Rouge Coco Shine, 527 golden sun, 35 euros
- 1- Les Quatre Ombres, Jardin d'Été
- 1- Vernis à ongles, 560 coquillage, 25 euros

## Givenchy

- 2- Vernis à ongles, 31 purple ink, 23 euros
- 2- Encre à cils, 02 blue ink, 28 euros
- 2- Huile Irrésistible pour les lèvres, 01 fushia ink, 29,50 euros
- 2- Highlighter, 01 pink ink, 42 euros

## Clarins

- 3- Poudre Soleil et Blush, édition limitée, 47,50 euros
- 3- Palette Yeux 4 Couleurs, édition limitée, 47,50 euros
- 3- Crayon Yeux waterproof, 07 copper, 17,50 euros
- 3- Baume Embellisseur lèvres, 04 orange, 17,80 euros

## Bourjois

- 4- Rouge Edition Velvet, 20 poppy days, 14,50 euros
- 4- La Laque gel, 27 cocolico, 10,95 euros
- 4- Palette Smoky Stories, 14 tomber des nues, 14,99 euros
- 4- Eye Primer, base pour paupières, 10,60 euros

## Lancôme

- 5- Bronzer et Blush, 02 patio d'une nuit d'été, 51 euros
- 5- Vernis in Love, 203 l'échappée belle, 18 euros
- 5- Métallique Eyeshadow, 04 bronze rivage, 28 euros
- 5- Stylo Waterproof, 07 reflet cobalt, 19 euros

**Nouveaux PRODUITS, nouvelles textures, nouveaux COLORIS pour un ÉTÉ tout en COULEURS**



# BEAUTÉ MaQu'Up

FOCUS on the summer trends

With Dior, Chanel, Lancôme, Clarins and Guerlain fair complexion is enhanced by bronzing powders mixed with blush to look good this summer. For the eyes, metallic and waterproof textures allow you to be a naïad even on the beach. We love the South Seas shell-coloured nails by Chanel and Dior. Guerlain innovates with the Sous le Vent oil, a new generation of dry oil for the body, face and hair, very thin and enriched with Tan Booster.

Our three crush collections :

Nicolas Degenne at Givenchy has imagined "Points d'Encrage", a collection of aquarelles and inks which are combined and diluted to create something new: the highlighter is an aqueous jelly for a perfect strobing, the nail polish is a purple transparent ink to be used alone or on the nail polish, the eyelash ink is a top-coat to be put on the eyelash base to intensify the usual mascara colour but which can also be used as an eyeliner.

Urban Decay celebrates Jean-Michel Basquiat with a collection whose names, colours and boxes are inspired by one of the most influent artist of the 20th Century. The palettes are covered by canvas to be painted in order to create a relief game. Each box has a slot at the back to hang it and imagine your own gallery.

Shu Uemura works with Ambush the trendy jewels brand in Tokyo, created by Yoon, the graphic designer and Verbal, the musician. A collection celebrating life and pushing women to be themselves. Ten highly metallic and pigmented colours for the eyes with a "water in oil" texture, two metallic pencils for the eyebrows. Four lipsticks to create a contrasted look : nude makeup on the eyes with mat red on the lips or intense eyes with sheer shine lips.

## Yves Saint Laurent

- 6- Laque Couture, 87 jungle green, 24 euros
- 6- Palette Bronzing, les sahariennes, 61 euros
- 6- Kiss and Blush, 25 mauve aventureux, 36 euros
- 6- Full Metal Shadow, 17 gold, 29 euros

## Shu Uemura x Ambush

- en vente au Bon Marché, [www.lebonmarche.com](http://www.lebonmarche.com)
- 7- Eye Foil, cobalt, 30 euros
- 7- Rouge Unlimited, 01 spirit, 30 euros
- 7- Eyebrow Manicure, 02 silver crush, 39 euros
- 7- Glow Creator, 39 euros

## Urban Decay x Jean-Michel Basquiat

- 8- Palette de fards à paupières, tenant, 38,50 euros
- 8- Palette de teint, gallery, 35 euros
- 8- Rouge à lèvres, abstract, 18,50 euros
- 8- Crayon yeux, post punk, 18,50 euros

## Dior

- 9- Dior Vernis, 445 coral crush, 25,50 euros
- 9- Dior Addict Lipstick, 478 soft pink, 36,50 euros
- 9- Diorskin Nude Air, 002 amber tan, 57,50 euros
- 9- Diorshow Colour and Contour, 220 sea-bay, 34,50 euros

## Guerlain

- 10- Huile sous le vent, 50 euros
- 10- Poudre Bronzante Duo Soleil, 66 euros
- en exclusivité chez Nocibé [www.nocibe.fr](http://www.nocibe.fr)
- 10- Poudre Bronzante, sun trio, 54 euros
- 10- Sun Protect SPF15 accélérateur de bronzage, 42 euros

**New PRODUCTS, new textures, new COLOURS for a colourful SUMMER**



# POP&NOmaDe

Virée chez  
**SEPHORA**  
pour un  
été **JOYEUX**  
et coloré!

Pour cet été, Sephora a imaginé une gamme pleine de bonne humeur : colorée, ultra-vitaminée et pétillante. Fidèle à ses habitudes, l'enseigne innove et rafraîchit le monde des cosmétiques et des accessoires beauté à des prix aussi mini que les formats ! On aime le packaging original des «Brush to go» à découvrir dans leur version corail ou bleu lagon et à dégainer après la plage pour une retouche cheveux. Le polissoir 4 étapes pour se faire des ongles impeccables et naturels. Côté make-up, Sephora a conçu une gamme nomade aux couleurs pop : les gloss «Kiss Me» avec leur design ultra-ludiques se déclinent en teintes Sweet Mango, Soda Pop ou Cotton Candy, tandis que les mascaras et eyeliners se teintent de rose, de prune et de violet. On aime également les vernis aussi petits que précis, à emporter en week-end ou en voyage au bout du monde ! Sephora est aussi un vrai dénicheur de talents qui propose des marques exclusives et introuvables en France que toutes les beautystas planétaires s'arrachent ! Tonymoly, marque coréenne la plus en vogue dans l'univers kawai, Dafni et sa brosse à lisser innovante, L'Occitane avec des crèmes mains en édition limitée chez Sephora aux packaging toujours plus séduisants et Amika la marque de produits capillaires branchée de Brooklyn - pour ne citer qu'eux ! - sont à l'honneur parmi les indispensables de l'été. Autant de tentations auxquelles il va falloir succomber.



23

Let's go to  
**SEPHORA**  
for a **JOYFUL**  
and colorful  
summer!

For this summer, Sephora imagined a joyful range : colourful, dynamic and pop. Loyal to its habits, the brand innovates and refreshes the cosmetic world and the beauty accessories at low prices and small sizes ! We love the original packaging of «Brush to go» to be discovered in coral or lagoon blue and to use after the beach for a hair touch-up. The four-step polisher to have perfect and natural nails. For make-up, Sephora designed a colourful travel range: «Kiss Me» lip glosses with their funny design exist in Sweet Mango, Soda Pop or Cotton Candy, while mascaras and eye-liners are pink, plum and purple. We also love the small and precise nail polish, to be taken for travelling a weekend or far away! Sephora is also a real talent scout proposing exclusive brands you can't find in France that all the beauty lovers will fall for! Tonymoly, the most trendy Korean brand in the Kawai universe, Dafni and its innovating smoothing brush, L'Occitane with limited edition hand creams at Sephora with charming packaging and Amika the brand of trendy hair products from Brooklyn - just to quote these ones- are at the honour among the summer essentials. As many temptations we'll have to fall for.



22



21



17



20



18



16



19



15



14



1



2



4



5



6



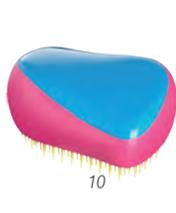
7



8



9



10



11



12

- 1- Mighty mini dryer, Amika, 55 euros (Exclusivité Sephora)
- 2- Shampooing Balancing Remedy, Amika, à partir de 8 euros (Exclusivité Sephora)
- 3- Après-shampooing Triple Rx, Amika, à partir de 10 euros (Exclusivité Sephora)
- 4- Beurre pour les mains à la mangue, Tony Moly, 8,95 euros (Exclusivité Sephora)
- 5- Crème mains Hello Sunshine, Merci Handy, 4,95 euros (Exclusivité Sephora)
- 6- Hel Hello Sunchine, Merci Handy, 2,90 euros (Exclusivité Sephora)
- 7- Cup Colorchange, CelluCup, 18,90 euros (Exclusivité Sephora)
- 8- Invisibobble Tutti Frutti, 5,95 euros les 3 élastiques (Exclusivité Sephora)
- 9- Pore Glowing Moisture Stick, Caillon, 12,95 euros (Exclusivité Sephora)
- 10- The Kaléidoscope Compact Styler Edition Limitée, Tangle Teezer, 16,50 euros (Exclusivité Sephora)
- 11- Smile Detox Berry Cool, Merci Handy, 19,95 euros (Exclusivité Sephora)
- 12- Parfum en stick Hello Bunny, Tomy Moly, 10,95 euros l'unité (Exclusivité Sephora)
- 13- Brosse Dafni Go, Dafni, 129 euros (Exclusivité Sephora)
- 14- Sweet Balm, Sephora, 5,95 euros l'unité
- 15- Flash Jumbo, Sephora, 9,95 euros l'unité
- 16- Élastique Cheveux Triangle Doré/Barrette Ronde Or/Barrette Triangle Or, Sephora, 4,95 euros l'unité
- 17- Mascara V For V.O.L.U.M.E., Sephora, 7,95 euros l'unité
- 18- Vernis Color Hit, Sephora, 3,90 euros l'unité
- 19- Polissoir 4 Étapes, Sephora, 4,95 euros l'unité
- 20- Kiss me Gloss, Sephora, 6,95 euros l'unité
- 21- Brush-To-Go Bleu, Sephora, 9,95 euros
- 22- Crème mains, L'Occitane au Brésil, 8 euros l'unité
- 23- Fingertip Eyeliner, Sephora, 6,95 euros l'unité

# BEAUTÉ SOUS LE SOLEIL EXACTEMENT

Personne n'ignore à quel point il est IMPÉRATIF de se protéger des UVA-UVB, même en ville

Showcase vous propose une sélection des dernières innovations solaires

Saviez-vous que la première crème solaire a été commercialisée en 1936 par Eugène Schueller le fondateur de L'Oréal ? Plus tard, en 1957 ce sont les laboratoires Roc qui créent le premier écran solaire haute protection (IP50+). Ces temps sont révolus et la technologie avance à grands pas. Aujourd'hui les produits sont faciles à appliquer et légers (finis les SPF50 aussi inconfortables qu'une combinaison de plongée). Certains se déclinent même en brume sèche. Les très pratiques sont ceux qu'on peut appliquer sur peau mouillée, ceux qui abaissent la température de la peau ou ceux qui empêchent le sable d'accrocher à la peau ! Attention il ne faut pas en profiter pour faire la crêpe à la plage de 10 heures à 18 heures...



Showcase proposes you a selection of the latest solar innovations

Nobody ignores how IMPORTANT it is to be protected from UVA and UVB, rays even in town

Did you know that the first sunscreen to be sold was by Eugène Schueller, the founder of L'Oréal in 1936 ? Later, in 1957, the Roc Laboratories created the first high protection SPF 50+ sunscreen. These times have passed and the technology has progressed rapidly. Today, the products are easy to apply and light (the uncomfortable and thick SPF 50 sunscreens no longer exist). Some of them even exist in dry mist. The very practical ones are those to be applied on wet skin, or lowering the skin temperature or preventing the sand to stick on your skin! Be careful not to stay on the beach from 10 am to 6 pm...



- 1- Sunissime Lait Protecteur Energisant anti-âge global SPF30, Lierac, 25,90 euros
- 2- Sun Ceutic 50 SPF50, Dermaceutic, 29 euros
- 3- Gelée de douche micellaire après-soleil visage et corps, Esthederm, 18 euros
- 4- Réflexe Protection Jour SPF20, Etat Pur, 18 euros
- 5- Cooling Invisible Body Mist SPF30, Lancaster, 32 euros
- 6- Bariésun Brume Sèche SPF30, Uriage, 12 euros
- 7- Brume Solaire peaux très claires SPF50, Mixa, 12,99 euros
- 8- My Patch UV, patch solaire connecté, La Roche-Posay, à gagner sur [www.laroche-posay.fr](http://www.laroche-posay.fr)
- 9- Waterlover Sun Milk SPF30, Biotherm, 35 euros
- 10- Voile Protection UV Cellulaire Suisse SPF50, La Prairie, 136 euros
- 11- Lait Fraîcheur Après-Soleil, Nuxe, 17,25 euros
- 12- Huile Visage et Corps SPF6, Eisenberg en exclusivité chez Marionnaud, 48,99 euros
- 13- Fluide Lacté Anti-Sable SPF30, Vichy, 16,70 euros
- 14- Soit Solaire Fluide Minéral Visage SPF30, Clinique, 25,95 euros



RENE FURTERER PARIS

5 SENS SOINS SUBLIMATEURS CORPS ET CHEVEUX

RÉVELATEUR DE BEAUTÉ, SUBLIME ET ENVOÛTANT



NOUVEAU

100% D'ACTIFS D'ORIGINE NATURELLE, SANS SILICONE

Prolonger l'expérience beauté de l'Huile sèche sublimateur 5 SENS grâce à 2 nouveaux soins capillaires, le shampooing sublimateur et le baume démêlant sublimateur, pour un rituel corps et cheveux d'exception. L'alchimie unique de 5 huiles d'origine naturelle vient nourrir et embellir la chevelure. Les textures précieuses, le parfum subtil et addictif font du rituel 5 SENS un plaisir rare et envoûtant, qui exalte tous les sens.



[www.renefurterer.com](http://www.renefurterer.com)

LE CULTE DU CHEVEU

INFORMATIONS, CONSEILS ET DÉPOSITAIRES AGRÉÉS : 0 826 00 19 19 (0,15€/MN) SALON ET INSTITUT RENÉ FURTERER, 15 PLACE DE LA MADELEINE, PARIS 8<sup>ème</sup>



# BEAUTÉ Parfums

An olfactory TRIP FROM flowers... to FRUITS

Dès les premiers rayons du soleil et plus encore lorsque le thermomètre grimpe, on a toutes envie de laisser de côté sa fragrance capiteuse et enveloppante de l'hiver pour se tourner vers des senteurs plus légères et plus fraîches. Que ce soit pour leurs eaux fraîches, eaux de toilette et eaux de parfum, les marques misent toutes sur la subtilité. Avec l'ylang ylang et la fleur de Tiaré, les fragrances se font solaires, tandis que les notes d'agrumes, de verveine ou de fruits donnent de l'énergie et de la fraîcheur aux senteurs d'été. Pour encore plus de féminité et de douceur, on mise sur les sillages fleuris, à l'instar de la rose et de la fleur d'orange, deux valeurs sûres en parfumerie. Les beaux jours sont un appel à la douceur et à la fraîcheur, comme en témoignent les flacons qui se parent de couleurs légères et sucrées. Pour vous aider dans votre choix, voici un joli bouquet des parfums qui vont faire pschitt cet été !

As soon as the first sun rays appear and moreover when the temperatures rise, we all feel like changing our strong and heady winter fragrance into a lighter and fresher scent. All the brands believe in subtleness whether it is for their fresh waters, eaux de toilette and even their eaux de parfum. Fragrances are sunny when there is tiara flower or ylang ylang. For freshness and pep, choose citrus, vervain fruit notes. Orange flower is a safe bet in perfuming. Flower scents like orange flower but also the rose which is essential, leave a soft and feminine feeling. Even the colours of the bottles and liquids are sweeter in fine weather. To help you choosing, here is a nice bunch of fragrances which will sparkle this summer.

## Promenade OLEACTIVE de la fleur... au FRUIT



- 1- La Fille de l'Air Monoi EDT 90ml, Courrèges, 91 euros
- 2- Live Irrésistible EDP Délicieuse 75ml, Givenchy, 110 euros
- 3- Rosa Nobile EDP 100ml, Acqua di Parma, 132,50 euros
- 4- Poison Girl EDT 100ml, Dior, 104,50 euros
- 5- Mon Guerlain EDP 100ml, Guerlain, 126 euros
- 6- L'Air du Temps Florale EDT 100ml, Nina Ricci, 92,04 euros
- 7- Valentino Donna Acqua EDT 100ml, Valentino, 107,44 euros
- 8- Flower by Kenzo Eau de Lumière EDT 100ml, Kenzo, 97 euros
- 9- Alien Eau Sublime EDT 60ml, Mugler, 65 euros
- 10- Eau de Karma Happiness EDP 50ml, Thomas Sabo, 54,95 euros
- 11- J'adore In Joy 100ml, Dior, 106 euros
- 12- Chance Eau Vive 100ml, Chanel, 107 euros
- 13- Pomelo Fizz EDT 100ml, Comptoir Sud Pacifique, 79 euros
- 14- Orange Blossom EDP 100ml, Penhaligon's, 116 euros
- 15- Les Gourmandises de Luna EDT 80ml, Nina Ricci, 73,67 euros
- 16- Blu Mediterraneo Arancia di Capri EDT 150ml, Acqua di Parma, 109 euros
- 17- Clémentine California Cologne Absolue EDP 100ml, Atelier Cologne, 100 euros
- 18- Eau des Vignes EF 50ml, Caudalie, 22,80 euros
- 19- Rem Escalé à St Barth EDT 100ml, Reminiscence, 83 euros
- 20- Savoy Steam EDP 100ml, Penhaligon's, 149 euros
- 21- White Neroli EDP 100ml, Mizensir chez Colette www.colette.fr, 190 euros

# BEAUTÉ Des Cheveux de rêve

Une sélection de produits INDISPENSABLES pour éviter d'avoir une botte de foin sur la tête à la fin de l'été. NON à la chevelure « KOH-LANTA »!

On s'en rend moins compte que sur la peau mais les cheveux souffrent de tout ce qui fait le bonheur des vacances : la mer, la piscine, le soleil et le vent. Parfois même les quatre combinés ! C'est pourquoi les produits spécifiques «été» pour les cheveux ne sont pas des stratégies marketing des marques et qu'on doit les utiliser. Il faut protéger ses cheveux pendant l'exposition au soleil et durant les bains de mer ou de piscine et le soir, appliquer des soins nourrissants, hydratants. Pour une soirée, un voile d'huile pailletée ou de monoi sur sa chevelure bien démêlée, c'est vraiment ça les vacances !



## The hair you always wanted

We don't realise as much with the skin but the hair suffer from all make holidays happy : sea, swimming-pool, sun, wind. Sometimes even the four together ! That's why the summer specific products for hair are no marketing strategies but we must use them. We have to protect the hair from sun, sea and swimming-pools so in the evening, apply moisturizing and hydrating creams. For a party, put a veil of shimmering oil or monoi on your untangled hair, these are true holidays !

A selection of essential products DRY HAIR at the end of summer. NO to the adventurer HAIRDO !



- 1- Monoi Edition Collector 2017, Hei Poa en GMS, 9,90 euros
- 2- Spray Protecteur pour cheveux colorés Beach Bound, Bed Head de TIGI, 20,50 euros
- 3- Voile Protecteur Edition Collector 2017, Phytoplage, 16,50 euros
- 4- Masque BC Oil Miracle, Schwarzkopf, 19 euros
- 5- Shampoing Protecteur Marin Sun Pro, ExperiencE, 18,40 euros
- 6- Gloss Apaisant Après-Soleil, Myriam K, 25 euros
- 7- Gel Douche Nutritif Corps et Cheveux, René Furterer, 5,90 euros
- 8- Su Hair Milk, Davines, 28,70 euros
- 9- Huile Scintillante, L'Oréal Professionnel, 27 euros
- 10- Masque Intensif Reparation Miracle, John Frieda en vente à partir de septembre, 8,90 euros
- 11- Essence d'Eclat Aura Botanica, Kérastase, 38,72 euros
- 12- Peigne râteau, Buly 1803, 55 euros
- 13- Red Vine Hair Sun Protection, Korres, 18 euros
- 14- Pack d'élastiques, Invisibobble chez Sephora, 5 euros
- 15- J'adore Hair Mist, parfum pour les cheveux, 40 ml, Dior, 47,50 euros





# #ZOOM#sur Orchidée Impériale



En complément de sa crème iconique, la Recherche Guerlain a imaginé La Cure Orchidée Impériale Black, un soin en quatre étapes (resurfacer, illuminer, redéfinir et repulper), qui cible la longévité des cellules pour renforcer au maximum les capacités d'auto-défense de la peau. Un véritable talisman de jeunesse élaboré à partir de la Black Orchid, une orchidée sauvage à la couleur d'ébène et en provenance des Andes péruviennes.

L'efficacité GUERLAIN

Une nouvelle façon de percevoir le temps

Onze ans après son premier lancement, le soin culte de Guerlain se réinvente. Capitalisant sur ses innovations précédentes, la quatrième génération de la crème Orchidée Impériale est un soin complet qui offre à toutes les femmes une nouvelle façon de percevoir le temps. Pour cette nouvelle édition, la Recherche Guerlain a mis au point une technologie exclusive autour d'une orchidée star : la *Gastrodia elata* (orchidée incontournable de la médecine traditionnelle chinoise) qui, en plus de son action protectrice, agit sur le régulateur naturel de la «respiration cellulaire». En y associant un extrait naturel riche en glucanes de capucine, favorisant l'apport d'oxygène, cette nouvelle technologie agit sur tous les signes visibles de l'âge : densité, éclat, rides et ridules, homogénéité, élasticité. [www.guerlain.com](http://www.guerlain.com)



Avec son Masque Eclat Impérial, la Recherche Guerlain a sélectionné un cocktail d'actifs booster d'éclat associant technologie anti-âge globale Cell Respiration et technologie Brightening Orchid Noble Light. Un véritable shoot d'efficacité grâce à un masque en tissu permettant d'infuser dix fois plus de crème qu'une application classique.



A new way to consider time

Eleven years after its first release, the iconic Guerlain skincare is renewed. Established on its previous innovations, the 4th generation of the Orchidée Impériale cream is a complete care offering all women a new way to consider time. For this new edition, Guerlain Research has found an exclusive technology with a famous orchid : *Gastrodia elata* (an essential orchid in Chinese traditional medicine) which, besides its action of protection, acts on the natural regulator of "cell respiration". Mixed with a glucan-rich natural extract, improving oxygen supply, this new technology acts on all the visible signs of ageing: density, brightness, lines and wrinkles, complexion, elasticity. [www.guerlain.com](http://www.guerlain.com)

GUERLAIN efficiency

With this iconic cream, Guerlain Research created the Orchidée Impériale Black cure, a four steps skin care (resurface, brighten, redefine and plump) which targets cell longevity to maximize the skin self-defence abilities. A real youth care created with Black Orchid, an ebony-coloured wild orchid from the Peruvian Andes.

With its Bright Imperial Mask, Guerlain Research has selected a cocktail of active agents boosting brightness, mixing the global anti-aging cell respiration technology and Brightening Orchid Noble Light technology. Really efficient thanks to a cloth mask being ten times more active than a classic one.

Atelier Cologne  
Maison de Parfum  
PARIS



8, rue Saint-Florentin Paris 1<sup>er</sup>  
[www.ateliercologne.com](http://www.ateliercologne.com)



# NEWSACTU



## Secrets venus d'Afrique

Omoye (en swahili, Omoye veut dire «auprès des dieux»), c'est l'histoire d'un engagement pour le naturel et les produits respectueux de la nature. La légende raconte ainsi que le fondateur de la maison, naufragé sur les rives du Mozambique, fut miraculeusement guéri par le chamane local et son baume magique aux 25 plantes, un secret végétal à la recette millénaire. Une rencontre forte qui a durablement marqué le fondateur dans ses créations. C'est ainsi que pour concevoir

ses produits bio et naturels, la maison s'inspire des recettes traditionnelles africaines. Résultat : des produits éthiques et terriblement efficaces. Juliette Binoche, ne s'y est d'ailleurs pas trompée. A présent égérie de la marque, la comédienne est intraitable sur les vertus des différentes créations de la maison. Son produit coup de cœur : la crème sacrée du chamane. Un soin envoûtant anti-âge éclat réalisé à partir de l'arbre à soie du Sénégal et de la racine de manioc. Deux actifs hyper-puissants qui lissent les rides, recréent les volumes, activent la microcirculation, redensifient, retexturent et décongestionnent. Un must-have à accompagner du sérum sacré à la pulpe de baobab qui repulpe et revitalise la peau. Trois gammes composent aujourd'hui les best-sellers de la maison Omoye : magistrale, sacrée et originelle, pour s'adapter à tous les types de peaux.



OMOYE, [www.omoye.com](http://www.omoye.com)

## Chic et ludique

Il s'appelle Vluv. Il est grand, il est rond, il est beau. Vluv est un ballon multifonction à destination de toutes celles et ceux qui souhaitent rester en forme et innover côté décoration. A la maison, il fait office de pouf et peut également être utilisé à des fins sportives de type «Pilates» ou «Swiss Ball». Au bureau, il est le complément idéal à la chaise et permet de se muscler et de tenir sa posture, tout en travaillant. Avec ses coloris ludiques et élégants, Vluv est le compagnon idéal de tous les sportifs du quotidien.



A partir de 119,90 euros, LAPADD, [www.lapadd.com](http://www.lapadd.com)



## #ZOOM#sur Laulhère

### Le béret trendy

Symbole emblématique de la France vue par les étrangers, le béret est devenu un véritable accessoire de mode. En Asie, il est le reflet du chic à la française dont raffole toutes les modeuses. Laulhère, fabricant historique, vient d'ailleurs d'ouvrir sa toute première boutique dans la prestigieuse rue du Faubourg Saint-Honoré, haut-lieu du shopping parisien. Considéré comme un brin désuet, le béret des bergers, est devenu le couvre-chef préféré des fashionistas du monde entier depuis qu'il a fait son apparition sur les podiums des défilés de haute couture. Depuis, il s'est démocratisé et on peut le voir sur toutes les femmes les plus lookées de la rue.

Le béret tient désormais une grande place dans nos dressings, prêt à accessoriser n'importe quelle tenue. Les techniques de fabrication, quasiment inchangées depuis 170 ans, permettent à Laulhère de proposer des articles de qualité artisanale, entièrement fabriqués en France, à partir de matières premières de grande qualité, depuis le fil de laine mérinos jusqu'au cuir de la Montagne Noire. Bonne nouvelle, en plus de sa gamme pour l'hiver comprenant des modèles en cuir et en laine, Laulhère lance une collection plus estivale en reprenant les caractéristiques incontournables des authentiques bérets. Seule différence : la matière. En effet, pour ses modèles d'été, la traditionnelle laine mérinos est remplacée par du coton. Le béret Laulhère version été va très vite devenir l'accessoire préféré des it-girls !

Laulhère 14-16, rue du Faubourg Saint-Honoré, Paris 8ème [www.laulhere-france.com](http://www.laulhere-france.com)



## Trendy beret

Iconic symbol of France for the foreigners, the beret has become a real fashion accessory. In Asia, it's the symbol of French chic loved by fashion advisors. Laulhère, the historic manufacturer, has just opened its first shop in the prestigious rue du Faubourg Saint Honoré the centre of shopping in Paris. Considered a little old-fashioned, the shepherds' beret has become the fashionista's favourite hat worldwide since it appeared on the Haute Couture catwalks. Since then, it has become more popular and we can see it worn by all the trendiest women in the street.

The beret has now an important place in our wardrobes, ready to accessorize any outfit. The manufacturing techniques, almost unchanged for 170 years, allow Laulhère to propose high-range artisan products, from merino wool yarn to the leather from Black Mountain. Good news, in addition to its winter range including leather and wool models, Laulhère launches a summer collection using the genuine berets' same essential characteristics. The only difference : the material. In fact, for its summer models, the traditional merino wool has been replaced by cotton. The summer Laulhère beret will soon become the it-girls' favourite accessory !

Laulhère 14-16, rue du Faubourg Saint-Honoré, Paris 8ème [www.laulhere-france.com](http://www.laulhere-france.com)



## Mer du Nord nous attire...



Tout droit venue de Belgique, Mer du Nord se définit par sa qualité, son aspect luxueux et sa féminité, le tout à un prix abordable. Partant du principe que chaque femme est unique, la marque a imaginé un vestiaire élégant au style intemporel. Leur priorité est de nous faire vivre une expérience mémorable lors du passage en boutique. La qualité n'en est pas moins mise de côté, notamment avec leur sélection de cachemires et leur ligne Timeless composée de tissus et coupes qui défient le temps. Les pièces sont créées en quantité limitée et en petite série afin de favoriser le renouvellement des collections. Les coupes sont modernes tout en possédant un twist d'originalité par la couleur ou la matière. Les vêtements Mer du Nord sont d'un confort sans égal, dans lesquels on se sent bien du matin au soir, et même jusqu'au bout de la nuit !

Mer du Nord, [merdunord.com](http://merdunord.com)

## Nouvelle peau

Grâce à Eneomey, dites adieu à vos rides et ridules, taches et à l'acné dû à une peau trop grasse. Les Laboratoires Eneomey font partie des leaders du peeling dermatologique. Leur force ? Proposer un protocole de soins ciblés et adaptés à leur client. En fonction des marques présentes sur la peau et de la profondeur d'action du peeling, celui-ci sera superficiel (doux, rapide et facile, il apporte un véritable coup d'éclat) ou moyen (il accélère le renouvellement cellulaire et stimule la production de collagène). Un programme en 3 étapes permet de préparer la peau avant le peeling, puis la protège et la répare grâce à des soins quotidiens post-peeling, qui permettront également de prolonger les résultats obtenus. Votre peau est éclatante de beauté et unifiée, douce comme une peau de bébé !



Eneomey, [eneomey.com](http://eneomey.com)

## Yayou, la mode selon deux sœurs

Aliénor et Victoria possèdent la même vision de la mode : de la féminité et de l'élégance, du confortable et du glamour. C'est de leur amour pour la mode qu'est né en Juin 2015 Yayou, une marque de prêt-à-porter Made in Paris. Leur volonté de partager leur vestiaire idéal les amène à créer des pièces raffinées et originales, dans des matières nobles telles que la dentelle de Calais, la laine cachemire... Afin de donner une tonalité particulière à chaque vêtement, les collections (toutes de 5 pièces) s'articulent autour d'un thème précis et sont en série ultra-limitée. Les deux jeunes femmes savent s'inspirer de ce qui les entoure et bousculer les codes, c'est pour cela qu'elles n'ont pas hésité à collaborer avec la jeune chanteuse parisienne Margaux Avril et la très célèbre Nabilla Benattia.

A partir de 56 euros le t-shirt «Deviens ce que tu es» Collection Nabilla Benattia, Yayou, [yayou-paris.com](http://yayou-paris.com)



## L'été par Marionnaud

«Summer in the Pool», tel est le nom de la très estivale collection Marionnaud. Une gamme qui fleurit bon le soleil au format mini et à emporter partout avec soi ! On aime, les mini palettes d'ombres à paupières et blush au packaging coloré : à choisir parmi trois teintes : Saint-Barth, Saint-Malo ou Saint-Tropez et à compléter par la palette de teint ensoleillé (2 poudres bronzantes et un blush), et la trousse de quatre vernis laques. Autant d'indispensables à emporter partout avec soi pour rayonner en toutes occasions.

Palette de maquillage, 6,99 euros, Marionnaud, [www.marionnaud.fr](http://www.marionnaud.fr)

## Pénélope Leprévost, le rayon de soleil d'Esthederm

Décidément, l'Institut Esthederm ne fait rien comme les autres. Pour ambassadrice, l'expert des produits solaires anti-âge, qui fleurissent bon le soleil, a choisi une femme réellement dynamique. Elle s'appelle Pénélope Leprévost et n'est rien d'autre que la meilleure cavalière au monde. La rayonnante championne olympique est la toute première cavalière à associer son image à celle d'une marque de soins pour la peau. Mais l'Institut Esthederm ne fait rien au hasard. En effet, la marque est impliquée dans les sports équestres depuis 2013 avec une présence aux Gucci Paris Masters, au Longines Paris Masters et au Longines Jumping International de La Baule.



# UNE FICTION Olfactive



PRENEZ PART À L'INTRIGUE ! *Le très prestigieux parfumeur anglais livre une collection pleine d'humour au travers d'une famille pas comme les autres.*

*Forcément britanniques, certains sont aristocrates quand d'autres se présentent sans blason. ATTACHANTS ET POÉTIQUES, ces personnages hauts en couleurs sont chacun doté d'une très forte personnalité. Garnement, sensuel, mondain, mystérieux, sage ou pétillant, lequel de ces personnages révélera le mieux votre personnalité ?*

PARTICIPATE IN THE STORY ! *The very prestigious English perfumer gives a full of fun collection through an extraordinary family. British indeed, some are aristocrats others are not. ENGAGING AND POETIC, these colorful characters are all strong persons. Naughty, sensuous, mundane, mysterious, wise or bubbly, which one of these characters will reveal best your personality ?*



**A**u premier chapitre, arrive le respectable Lord George, incarné par la figure du cerf. Attention, ne vous fiez pas aux apparences : sous ses allures d'homme sage, il est un inconditionnel charmeur, comme en attestent les notes de fougère ambrée boisée qu'il diffuse sur son passage. Époux de la très mondaine Lady Blanche, il est également l'amant secret de Clara qui fait son apparition au chapitre deux. Capricieuse danseuse sucrée, elle dépose sur son sillage des senteurs orientales et sensuelles emplies de musc cannelle, de patchouli ambré et de vanille. Elle n'est pas une Lady, à la différence de la charmante Lady Blanche, qui porte à son cou une fragrance à l'éducation impeccable : Iris poudré, fleur de narcisse et hyacinthe. Le second personnage-clé du chapitre deux est le décadent Roaring Radcliff (le lion). Fils caché de Lord George, il n'a pas hérité du titre de son père. Il profite donc de la liberté que lui offre l'absence de blason pour jouir sans entraves. Sa signature : une exquise décadence. Un mélange de rhum, de tabac et de pain d'épices gourmand. Le Duc, que l'on appelle The Duke, passe toutes ses soirées au théâtre. Mystérieux dandy, son charme fait effet grâce aux notes de rose poivrée, de gin et de bois tannés. Il est le controversé époux de la timide Duchesse Rose qui, au travers de son parfum de mandarine, de rose et de bois musqué, étouffe de désirs inassouvis...

*An olfactory fiction.* Chapter One, the honorable Lord George comes with a deer head. Be careful, don't be deceived by appearances: under the guise of a wise man, he is a real charmer, as evidenced by amber-colored wooded fern notes he leaves in his path. Married to the mundane Lady Blanche, he is also Clara's secret lover who appears in Chapter Two. A fickle and sweet dancer, she leaves oriental and sensuous scents in her path full of cinnamon musk, amber patchouli and vanilla. She is not a lady contrary to the charming Lady Blanche, who wears a well-educated fragrance: powdered iris, narcissus and hyacinth flowers. The second key character in Chapter Two is the decadent Roaring Radcliff (the lion). Lord George's love child, he didn't inherit his father's title. So he enjoys the freedom not to have a title of nobility for his unrestrained pursuit of pleasure. His fragrance is an exquisite decadence. A blend of rum, tobacco and sweet gingerbread. The Duke spends all his evenings at the theatre. A mysterious dandy, his charm works thanks to notes of pepper rose, gin and tanned wood. He is the controversial husband of the shy Duchess Rose who is overwhelmed with unfulfilled desire through her fragrance of tangerine, rose and musky wood.

### 3 questions à / Daphné Bugey, l'affranchie

Pour cette nouvelle collection, plusieurs maîtres-parfumeurs de renom se sont prêtés au jeu. La créatrice Daphné Bugey signe The Duke, Lady Blanche et Roaring Radcliff.

#### Portrait en quelques mots.

**Quelles sont vos sources d'inspiration ?**  
Les voyages, la nature, l'art contemporain et la spiritualité.

#### Vos traits de caractère ?

Passionnée. Excessive et raisonnée. Spontanée. Gourmande.

#### Une phrase qui vous résume ?

« La liberté, c'est de ne pas avoir peur »

### 3 questions to / Daphné Bugey, the wise woman

For this new collection, several renowned Master Perfumers played along. The creator Daphné Bugey signed the Duke, Lady Blanche and Roaring Radcliff. **A portrait in a few words.**

**What are your sources of inspiration ?**  
Trips, nature, contemporary art and spirituality.

#### Your personality traits ?

Passionate, excessive and reasoned. Spontaneous. Greedy.

#### The sentence that best describes you ?

« Freedom is not to be scared »



Collection «Portraits» 75ml 225 euros  
www.penhaligon.com

# LA MODE

## LE DRESSING PASSE À L'HEURE D'ÉTÉ

Parmi les tendances mode qui feront l'été 2017, on retrouve le pyjama, plus que jamais d'actualité cette saison !, des matières fluides et légères, des couleurs poudrées comme le rose et le bleu mais aussi des coloris plus flashy comme le jaune. La robe se porte longue, fleurie ou pas, pour adopter un style gypsy ou bohème, selon l'envie. Notre équipe mode n'a pas laissé de côté les chaussures, accessoires, bijoux et les indispensables maillots de bain pour que la mode s'invite jusqu'à la plage. Showcase a choisi d'inviter Bensimon, référence en mode décontractée, streetwear et intemporelle. Vous allez craquer ! Nous avons aussi fait une petite place à nos hommes pour les aiguiller côté mode et accessoires afin qu'ils soient les plus branchés ! Pêle-mêle des pièces mode à avoir dans son dressing cette saison...

## CLOTHING ON TIME FOR SUMMER

Among the summer 2017 fashion trends, there are the more than ever topical pyjamas, fluid and light tissue, powdered colours like pink and blue but also flashier colours like yellow. Dresses will be long, flowered or not, to get a bohemian style according to your desires.

Our fashion team also took care of the shoes, accessories, jewels and essential swimsuits so that fashion is on the beach. Showcase chose to invite Bensimon, the reference concerning casual, streetwear and timeless fashion. You're going to love that ! We also took care of men to help them concerning fashion and accessories so that they may be more trendy ! Different fashionable clothing to have in your closet this season...

**#FASHION#  
MODE#MEN  
#TENDANCES  
#SUMMERLOOK  
#look#COLOR  
STYLE#CHIC  
ROMANTIQUE#  
#MODEUSE**



**MAC DOUGLAS**

# BloOm

DES FLEURS, des fleurs, rien que des fleurs!

[...] Au lieu d'un jardin de fruits, j'en trouvais un de fleurs, qui n'était pas moins singulier dans son genre. Il renfermait un parterre spacieux, arrosé non pas avec la même profusion que le précédent, mais avec un plus grand ménagement, pour ne pas fournir plus d'eau que chaque fleur n'en avait besoin. La rose, le jasmin, la violette, le narcisse, la hyacinthe, l'anémone, la tulipe, la renoncule, l'œillet, le lis et une infinité d'autres plantes qui ne fleurissaient ailleurs qu'en différents temps, se trouvaient là fleuries toutes à la fois ; et rien n'était plus doux que l'air que l'on respirait dans ce jardin [...]

Flowers, flowers, only flowers! .....

Instead of a garden of fruits, I found one of flowers, which was not less special in its way. It had a large lawn, watered not with the same abundance than the previous one, but with more carefulness, to give just the water needed for each flower. The rose, jasmine, violet, narcissus, hyacinth, crocus, tulip, buttercup, carnation, lily and many other plants which bloomed anywhere else at different times, but were all here blooming at the same time: and nothing was softer than the air we could breathe in this garden.

**Illustration : défilé Chloé Été 2017**

- 1- Perfecto en cuir peint « Oeillets », Les Petites, 595 euros
- 2- Boots « Bycubanou », Mellow Yellow, 169 euros
- 3- Robe manches courtes, Naf Naf, 69,99 euros
- 4- Jupe longue « Shanti », collection capsule Manish Loves Dhery, 139 euros
- 5- Jupe asymétrique « Pamsan », Acne Studios, 580 euros
- 6- Robe fleurie, BA&SH pour la Brand Boutique, www.laredoute.fr, 340 euros
- 7- Sac en cuir fleuri, Tommy Hilfiger, 179,90 euros
- 8- Pochette « Bab » en cuir suédé et tissu liberty, La Bagagerie, 149 euros
- 9- Lunettes solaires « Marina », Etnia Barcelona, 189 euros
- 10- Sandales « Japanese Garden » Edition Limitée, Massimo Dutti, 199 euros
- 11- Claquettes à brides et marguerites, Fabrizio Vitti chez Colette, www.colette.fr, 705 euros
- 12- Echarpe fleurie en coton et cachemire d'été, Peter Hahn, 109,95 euros
- 13- Caraco en soie imprimée, The Kooples sur www.stylebop.com, 149 euros
- 14- Chemise sans manches, N°21, www.numeroventuno.com, 457 euros
- 15- Blouse en coton « Ashcut », Mes Demoiselles, 135 euros



# Jaune SOlaire

Couleur ESTIVALE par excellence, jaune se décline dans TOUTES ses tonalités!

Difficile à porter au printemps quand on a encore le teint tout pâle et le cheveu filasse d'avoir étouffé sous un bonnet, le jaune est le meilleur ami de l'été. Porté en total look, son énergie solaire sublime les peaux hâlées et bronzées. On peut également choisir une pièce et la marier avec du bleu ciel, du noir ou du marine. A la rédaction de Showcase nous avons craqué pour les boots «Portobello» de chez Polder, une de nos marques préférées, à matcher avec un jean «Damaged» et une chemise d'homme en oxford avec les pans noués.

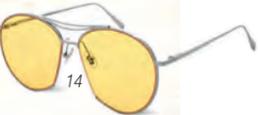
**Solar yellow** .....

Summer colour par excellence, yellow exists in every tone. Not easy to wear in Spring with a pale skin and tired hair because of bonnets, yellow is the summer best friend. Worn as a total look, its solar energy highlights tanned skins. We can also choose one item and match it with light blue, black or navy blue. Showcase editorial staff falls for "Portobello" boots by Polder, one of our favourite brands, to be matched with "damaged" jeans and a tied Oxford male shirt.



**Illustration : défilé Hermès Été 2017**

- 1- Sandales à talons cuir et raphia, Cosmoparis aux Galeries Lafayette, www.galerieslafayette.com, 160 euros
- 2- Robe «Betty», Maison Kitsuné, 280 euros
- 3- Jupe asymétrique portefeuille, Carven, 250 euros
- 4- Ceinture en cuir, Maison Boinet au Bon Marché, www.lebonmarche.com, 195 euros
- 5- Boots « Portobello », Polder, 352 euros
- 6- Top « Anastasia » en lin tissé, Acne Studios, 800 euros
- 7- Jupe jaune, Essentiel Antwerp, 165 euros
- 8- Blouse, Antik Batik pour la Brand Boutique, www.laredoute.fr, 150 euros
- 9- Robe, Cédric Charlier pour la Brand Boutique, www.laredoute.fr, 645 euros
- 10- Pantalon, Chloé Stora au Printemps, www.printemps.fr, 179 euros
- 11- Cabas Edition Runway «Modern Day Tote», Boss, 625 euros
- 12- Tee-shirt «Crayola» en lin, Comptoir des Cotonniers, 85 euros
- 13- Pochette «Statement», Mayshad Paris, 1500 euros
- 14- Lunettes solaires «Jumping Jack», Gentle Monster chez Marc le Bihan, www.marclebihan.fr, 320 euros
- 15- Escarpins jaunes en cuir de veau, San Marina, www.sanmarina.fr, 79 euros
- 16- Lunettes de soleil « Capucine », Nathalie Blanc, 292 euros



# SAN MARINA

ET SI TOUT COMMENÇAIT À VOS PIEDS



**ESSAI N°7**  
**DÉFENDRE LES COULEURS**



sanmarina.fr

# MANTRAS POP

*Essai réussi pour* **SAN MARINA**

*Le chausseur ne fait rien comme les autres : pour sa toute nouvelle campagne, San Marina a choisi une égérie chic et masculine. Sur toutes les affiches, c'est Frédéric Michalak, le rugbyman préféré des françaises et des français qui donne le ton.*

Voici qu'une saison haute en couleur débute pour San Marina. Pour représenter les valeurs de la Maison, le chausseur a choisi le très sexy et talentueux rugbyman Frédéric Michalak. Sur fond de couleurs acidulées et pétillantes, le sportif prend la pose, accompagné d'accroches décalées : «Provoquer l'essai», «Pratiquer l'élégance», «Jouer collectif», «Défendre les couleurs» ou encore «Toujours rester sport». Autant de petites phrases qui raisonnent comme des mantras à destination de toutes celles et ceux qui voient la vie en San Marina ! Au-delà d'un style, San Marina dévoile un véritable état d'esprit, à destination de toute la famille.

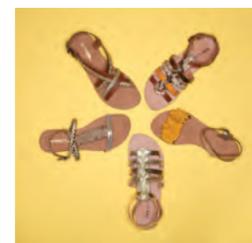


1

*Successful test for* **SAN MARINA**

*The shoemaker is not like any other : for its latest campaign, San Marina has chosen a chic and manly face. On all its posters is Frédéric Michalak, the French favourite rugby player who sets the tone.*

A new intense collection starts for San Marina. To represent the values of the House, the shoemaker has chosen the very sexy and talented rugby player Frédéric Michalak. With a neon and sparkling- coloured background, the athlete poses accompanied by evocative catchphrases : "Cause a try", "Practice elegance", "Play as a team", "defend colours" or "Always fair play". As many catchphrases sounding like mantras for those who see life in San Marina! Beyond a style, San Marina shows a real spirit to the whole family.



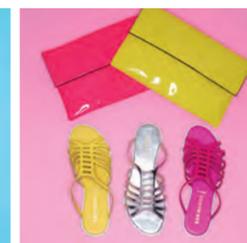
2



3



4



5



Sandales NEOLIA sable/multi, 89 € Richelieus PARBLEU marine, 89 € Derbies CALEMBOUR gris, 85 €



Sandales compensées NAZAIRE noir, 79 € Plagettes PICATA noir/or, 49,95 euros Boots SUANDO cognac, 99 €



Escarpins GRANITA/VS nude, 79 € Boots SQUAT marine, 99 € Moccassins MOBILO marine, 59 € Tennis MOSETA/MET or, 69 €

**Légende page gauche :**

Essai n°7 : Escarpins GALICE/SERP noir/multi, 89 euros Richelieus PARBLEU marine, 89 euros

**Légendes page droite :**

- 1- Sandales NOBANA, existe en noir, nude, turquoise, fushia, jaune, taupe, 59 euros
- 2- Plagettes LIETA or/ambre, 59 euros, Plagettes BALZA ambre/multi, 49,95 euros, Plagettes PLUTERA jaune, 49,95 euros, Plagettes BALZA/MET or, 49,95 euros, Plagettes LASIA sable/or, 59 euros
- 3- Sac grand volume SOKO cognac, 159 euros Derbies JULIO cognac, 129 euros
- 4- Tennis PICADOR marine, 85 euros, Tennis SSKO cognac, 89 euros Foulards CANAMO marine, 22 euros
- 5- Plagettes VUNATA/MIR argent, 49,95 euros Plagettes VUNATA/VS jaune, 49,95 euros Plagettes VUNATA/VS fushia, 49,95 euros



# #ZOOM#sur BAGLLERINA

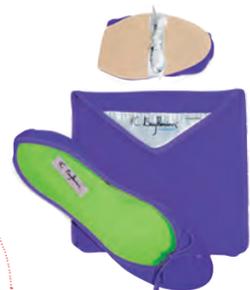
Voici une innovation à destination de toutes les coquettes pressées. Imaginée par Christine Natkin en 2011, Bagllerina est la première ballerine pliable de création française, faite entièrement de cuir. Un véritable petit couteau suisse de la mode qui se glisse en quelques secondes dans un sac de voyage ou dans un sac à main grâce à sa pochette en cuir assortie et à son sac en nylon destiné à accueillir les chaussures de rechange. A la fois glamour et nomade, Bagllerina accompagne toutes les urbaines affairées dans leur quotidien avec confort et élégance. Pour sa nouvelle collection, La Maison nous emmène en méditerranéenne, avec des matières naturelles et nobles à l'instar du cuir, mais aussi du velours et du raphia. Côté couleurs, les Bagllerina se parent de l'élégance des bleus, du bleu profond au vert émeraude ; de la beauté des roses, du plus pâle au rose des lauriers ; et des couleurs gorgées de soleil, du rouge à l'orangé en passant par l'ocre, tandis que le raphia se tresse autour du pied, du naturel au vert en passant par le rose et le bleu.

A partir de 145 euros, [www.bagllerina.com](http://www.bagllerina.com)

Here is an innovation for all the coquettes in a hurry. Designed by Christine Natkin in 2011, Bagllerina is the first foldable leather French-designed ballerina. A real multi-use trendy shoe which can be easily put in your travel bag or handbag thanks to its matching pouch and its nylon bag for the second pair. Both glamorous and nomadic, Bagllerina accompanies all the urban busy women in their daily life with comfort and elegance. For its new collection, the House takes us to the Mediterranean coast with natural and noble materials like leather, but also velvet and raffia. As for the colours, the Bagllerinas have elegant blue shades, from deep blue to emerald green ; the beauty of pinks, from light pink to laurel pink ; and colours full of sun, from red to orange and ochre, while raffia comes around your foot, from natural to green through pink and blue.

[www.bagllerina.com](http://www.bagllerina.com)

CHIC *and* Convenient



wolford.com

**[Wolford]**



## Quel maillot PORTER pour quelle morphologie ? Comment assortir son vernis à ongles ? Showcase vous dit TOUT

- 1- Deux pièces «French Riviera Mouette», Swildens x Etam, SG une bretelle 39 euros et slip 25 euros
- 1- Vernis n°475 «Strike a pose-Itana» et n°484 «Sweet soufflé», les deux Essie, 10,90 euros chaque
- 2- Une pièce «Marseille», Boden, 85 euros
- 2- Vernis «DSL Daru» et «CMB Bandaranayake», les deux Uslu Airlines, 20 euros chaque chez Colette [www.colette.fr](http://www.colette.fr)
- 3- Deux pièces imprimé «Ziggy», Pain de Sucre, SG triangle «Shirley», 70 euros et bikini à nouettes «Onyx» 60 euros
- 3- Vernis «Ambre» et «Miss», les deux Nailstation, 13,50 euros, [www.nailstation-boutique.com](http://www.nailstation-boutique.com)
- 4- Une pièce «Eva», Peter Hahn, 109,95 euros
- 4- Vernis «Gold Finger» et «Aciid», les deux Models Own, 6 euros chaque sur [www.birchbox.fr](http://www.birchbox.fr)
- 5- Deux pièces «Soa», Princesse Tam tam, SG bandeau 55 euros et bikini 39 euros
- 5- Vernis «Hot child in the city» et «Girls just want to have fun», les deux Deborah Lippmann, 24 et 22 euros sur [www.fr.feelunique.com](http://www.fr.feelunique.com)
- 6- Une pièce «Lavida», Vilbrequin, 380 euros
- 6- Vernis «Babyblue» et «Cherry chérie», les deux Nailberry, 16 euros chaque sur [www.fr.feelunique.com](http://www.fr.feelunique.com)
- 7- Deux pièces coloris «Vitamine», Erès, SG «Perspective» et culotte fine «Axiale», 450 euros
- 7- Vernis «Smokin'Hot» et «Liquid Lemonade», les deux Pronails, 14,95 euros chaque
- 8- Deux pièces coloris «Hortifleur» coloris «Cocktail», Chantelle, SG bonnet en 3 parties, 70 euros et culotte haute 40 euros
- 8- Vernis «GPS I love you» et «This is not whine country», les deux OPI collection «California Dreaming», 13,90 euros chaque
- 9- Deux pièces «Bali», Carioca Porto-Vecchio, SG bandeau et mini slip, prix sur demande, [www.cariocaportovecchio.com](http://www.cariocaportovecchio.com)
- 9- Vernis «Urban Chameleon» et «Chrome Tastic», les deux Rimmel London collection «Rita Ora», 4,99 euros chaque
- 10- Deux pièces «Ecorce», Vanity Fair, SG triangle soft bra 85 euros et bikini 60 euros aux Galeries Lafayette, [www.galerielafayette.com](http://www.galerielafayette.com)
- 10- Vernis «Seaside» et «Tiddly», les deux Butter London, 15,50 euros chaque sur [www.fr.feelunique.com](http://www.fr.feelunique.com)
- 11- Deux pièces «Azalée», Lou, SG armatures 70 euros et bikini à nouettes 50 euros
- 11- Vernis «Hunger Game» et «Bare Dare», les deux Sally Hansen, 10,90 euros chaque en exclusivité chez Carrefour
- 12- Deux pièces «Gaby», Simone Pérèle, SG triangle 79 euros et shorty 65 euros
- 12- Vernis «Sparkling lime» et «Sunshine Reggae», les deux Alessandro, 9,95 euros chaque chez Nocibé [www.nocibe.fr](http://www.nocibe.fr)
- 13- Deux pièces «Cactus swim», Amenaphi, SG bandeau et bikini, 125 euros
- 13- Vernis «Lou» et «Gala», les deux Nailmatic, 8 euros chaque
- 14- Deux pièces «Le chant des cigales», Ysé, SG triangle 65 euros et culotte 40 euros
- 14- Vernis «Khôl» et «Platinum», les deux Kure Bazaar, 16 euros chaque
- 15- Deux pièces «My heart belongs to daddy», Maud and Marjorie, broderie anglaise, SG triangle 89 euros et bikini 55 euros, [www.maudandmarjorie.com](http://www.maudandmarjorie.com)
- 15- Vernis «Atti-Nude n°25» et «Pink twice n°26», les deux Bourjois, 10,95 euros chaque
- 16- Une pièce «Antonella», Andres Sarda, 243 euros
- 16- Vernis «Over the top» et «Jolt», les deux Formula X en exclusivité chez Sephora, 12,90 euros et 14,90 euros

Encore plus que tout autre pièce vestimentaire, le maillot de bain se choisit selon sa morphologie. Vous avez un peu de ventre ? La culotte haute est faite pour vous. Une poitrine menue ? A vous les soutien-gorges coqués ou paddés. Les chanceuses qui sont minces, fermes et toniques peuvent se permettre les micro-bikinis. Le une-pièce réunira les suffrages de celles qui veulent camoufler quelques rondeurs.

### ET LES VERNIS DANS TOUT ÇA ?

Cet été, on assortit. Les palettes des marques sont suffisamment vastes pour trouver les coloris qui matchent exactement avec votre maillot de bain.

### Which swimsuit for your body?

How to find the matching nail polish ? Showcase tells you everything.

More than any other clothing item, the swimsuit is chosen according to your body. Do you have some stomach ? A high panty is perfect for you. Small boobs ? Wear push up bras. The lucky ones who are slim, firm and tonic can afford mini bikinis. The one-piece bathing-suit is the one to wear to hide curves.

### AND WHAT ABOUT YOUR NAIL POLISH ?

This summer is matching. There are so many brands that you will be able to find the exact colour matching with your swimsuit.



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16

# BIJOUX LaRMes d'APhrOdite

Un peu PASSÉE  
de mode ces  
dernières années  
car trop «BCBG»  
la perle est  
LA STAR de l'été

Utilisées depuis l'Antiquité pour orner les bijoux, les perles étaient jadis appelées «larmes d'Aphrodite». Les familles romaines aisées en achetaient à leurs filles chaque année afin qu'elles puissent avoir un collier complet à leur majorité. Voilà l'origine de la coutume du collier de perles aux 18 ans ! Il existe quatre catégories de perles : les perles fines (ou naturelles), les perles de culture, les perles composées et les perles d'imitation. S'ajoute un distinguo entre celles d'eau douce et celles d'eau de mer.

## Aphrodite's tears

Used since ancient times to adorn jewels, the pearls were named "Aphrodite's tears" in the past. The wealthy Roman families bought them for their daughters each year in order to get a full necklace for their majority. Here is the origin of the pearl necklace offered when girls turn 18! There are four different categories of pearls: natural pearls, cultured pearls, composed pearls and imitation pearls. And there is also a distinction between freshwater and seawater pearls.

A little OLD-  
fashioned during  
the past few years  
because too POSH  
The pearl is  
THE STAR  
of the summer

- 1- Manchette «Beaubourg», métal argenté et perles d'imitation, Philippe Ferrandis [www.philippe-ferrandis.com](http://www.philippe-ferrandis.com), 395 euros
- 2- Bague «Muguet», or blanc, diamants, perles, Lalique, 2500 euros
- 3- Collier chaîne métal doré et perle d'imitation, Agatha, 55 euros
- 4- Barrette bijou, acétate et perles d'imitation, Alexandre de Paris, 240 euros
- 5- Boucles d'oreilles «Teva», argent rhodié et perles de Tahiti, Catherine's, à partir de 790 euros
- 6- Bracelet «U'rband», plaqué or et perle d'eau douce, Worms, 125 euros
- 7- Sautoir métal doré à l'or fin et perles d'eau douce, Imai [www.imai-shop.fr](http://www.imai-shop.fr), 215 euros
- 8- Boucles d'oreilles «Croissant des Mers du Sud», or, diamants et perle, Sophie Bille Brahe chez White Bird [www.whitebirdjewellery.com](http://www.whitebirdjewellery.com), 7650 euros
- 9- Bague «Deux perles», or jaune et perles, Dinh Van, 2400 euros
- 10- Boucles d'oreilles or jaune et perles d'eau douce, Guérin Joaillerie, 490 euros
- 11- Bague «Seafire» or jaune, argent et perle, Bergsoe chez Hod [www.hod-boutique.com](http://www.hod-boutique.com), 680 euros
- 12- Bracelet «Chance» or jaune, perle, diamants et lapis-lazzuli, Aimée.Aimer [www.aimee-aimer.com](http://www.aimee-aimer.com), 1350 euros



# JEWELS SYmbOLes...

Bijoux  
CHAMANIQUEs,  
médailles,  
GRIS-GRIS  
ou PORTE-  
BONHEUR

Multiple liens autour du poignet, cauris, médailles, symboles ésotériques ou religieux, amulettes, œil, chacun d'entre nous est souvent à la recherche d'un porte-bonheur à porter sur soi. Ce qui fait fonctionner un porte-bonheur, c'est la pensée qui s'y rattache. Un porte-bonheur fonctionne par la symbolique qu'il représente pour son propriétaire, d'une manière proportionnelle à la pensée générée dans l'esprit du porteur par rapport à lui. Et vous, cet été, quel sera le vôtre ?

## Symbols

Many bracelets around your wrist, cowry shells, medals, esoteric or religious symbols, charms, eye, each one of us is looking for a lucky charm to wear, what makes a charm work is the thought coming with it. A lucky charm works through the symbol it represents for its owner, and proportionally to the importance he gives to it. And which will be yours this summer ?

Shamanic  
jewels,  
medals,  
GRIS-GRIS  
or LUCKY  
CHARMS



- 1- Collier et bracelet «Baarock» en perles, argent et cristaux Swarovski, Marc Bellay Original Jewelry, 550 euros et 300 euros,
- 2- Bracelet pierres, diamants, or, Shamballa Jewels chez Colette [www.colette.fr](http://www.colette.fr), 10 080 euros
- 3- Sautoir métal doré et gris-gris, Reminiscence, 190 euros
- 4- Boucles d'oreilles «Attrape-Rêves», argent, Thomas Sabo, 298 euros
- 5- Bracelet «Helena», pierres, perles, tresses de coton, Hipanema, 75 euros
- 6- Médaille «Verseau» en métal argenté et cristaux Swarovski, Maje, 55 euros
- 7- Bague «Sunday», en métal doré et turquoise, Pascale Monvoisin, 595 euros
- 8- Bague or gris et diamants, Gringoire, 650 euros
- 9- Collier «Mystic Moon», métal doré et cristaux Swarovski, Leticia Ponti, 75 euros
- 10- Créole «Star of David», La Môme Bijou chez Colette [www.colette.fr](http://www.colette.fr), 35 euros l'unité
- 11- Ear cuff, «Main de Fatma», or et diamants, Laetitia Uzan, prix sur demande
- 12- Bague «Eye», vermeil et saphir bleu, Aristocrazy en exclusivité aux Galeries Lafayette, à partir de septembre [www.galerielafayette.com](http://www.galerielafayette.com), 85 euros

# NEWSACTU

## Les secrets de Catherine's

Depuis plus de 20 années, la créatrice-artiste joaillière Catherine Coûteaux s'inspire des femmes pour ses créations. Sa marque de fabrique : l'écoute et l'émotion. Pour chacune de ses créations, elle commence par un croquis avant de choisir les pierres (diamants, rubis, perles ou émeraudes qui composeront bagues, colliers, bracelets et boucles d'oreilles. Elle imagine ainsi chaque année deux collections éphémères. Le secret de Catherine's, c'est de savoir prendre le temps d'écouter les attentes de ses clientes et clients qui lui confient leurs projets personnels. Autour d'un déjeuner, d'un verre ou dans son atelier show-room, elle imagine avec eux leurs bijoux pour les belles occasions de la vie, pour une surprise ou juste pour le plaisir. Au fil des rendez-vous elle les accompagne sur le choix des pierres et des formes, dans le respect de leur budget. Elle est également à même de revisiter un ancien bijou de famille qui, par manque de modernité, dort dans son écrin. Du luxe, du sur-mesure et de l'humain, à destination de toutes celles à la recherche du beau, de l'original et de l'exceptionnel.



Catherine's Paris Showroom, 62 rue Lafayette, 75009 Paris, RDV privés au 06.98.92.17.79, [www.catherines.fr](http://www.catherines.fr)

## Poiray X Aurélie Bidermann

Quand le légendaire horloger joaillier rencontre la créatrice chic et rock Aurélie Bidermann, il en ressort une collection pas comme les autres : chic, sobre et définitivement moderne. Nommée directrice artistique de la Maison Poiray en décembre 2016, Aurélie Bidermann a commencé par plancher sur un pendentif luxueux en forme de cœur, thème fétiche de la plus jeune maison de joaillerie de la rue de la Paix. On retrouve côté face : les rondeurs d'un entrelac d'or et côté pile, l'épure d'une œuvre-d'art. L'iconique cœur se décline en bleu printemps pour une version turquoise et or jaune, en bleu nuit de lapis-lazuli, et rose doux de l'opale ou de l'éclat de diamant. Un nouveau talisman pour Poiray à offrir ou se faire offrir dans sa version pendentif, bracelet ou bague.

Poiray, 17, rue de la Paix, 75002 Paris [www.poiray.com](http://www.poiray.com)



## Freywille vise l'infini



Avec sa collection capsule «moment infini», la Maison Freywille colore notre quotidien. Pour ses cinq nouvelles créations, la directrice artistique Simone Grünberger-Wille, a imaginé sur les bracelets cerclés un dessin géométrique en forme de losanges qui peut s'apparenter à un labyrinthe. Une véritable invitation à l'imaginaire qui se mêle à l'irremplaçable signature de la Maison : des créations bicolores terriblement élégantes et modernes, dans un émail de très grande qualité.

Modèle Labyrinthe, Collection Moment Infini 498 euros [www.freywille.com](http://www.freywille.com)

## La fabrique à bijoux

Vous avez toujours rêvé de créer vos propres bijoux ? Vous n'avez pas le matériel ? LilyBirds vient à votre secours grâce à la Fab' à bijoux. Le principe : vous fabriquez votre bijou (bracelet, sautoir...) dans l'atelier digital. Une fiche technique vous indique ce qu'il faut ajouter comme accessoires pour le compléter (fermoir, chaînes, plumes, liens, perles...). Votre création se complète devant vous à l'aide du simulateur en ligne. Une fois la commande finalisée, vous la recevez sous quelques jours. A vous l'accessoirisation de vos tenues par des bijoux uniques, qui vous ressemblent. Libre à vous par la suite de vendre vos créations sur LilyBirds qui vous rapporteront des points à utiliser sur le site. La nouvelle créatrice, c'est vous.

LilyBirds, [www.lilybirds.fr](http://www.lilybirds.fr)



## WORMS Paris : quand les perles sortent du rang

Dans le monde de la joaillerie, WORMS est une très grande dame née en 1900. La Maison familiale qui a fait ses débuts dans le 8ème arrondissement parisien s'est très tôt spécialisée dans les perles de culture, devenant dès 1925 le premier importateur en France de perles en provenance du Japon. En 1950, François Rambaud, joaillier spécialisé dans le travail des pierres précieuses et des métaux nobles, insufflé à la Maison un nouveau souffle. Grâce à son expertise, il parvient à différencier 26 couleurs de perles, attribuées chacune à une lettre de l'alphabet. «L'alphabet de la perle» est ainsi né.

L'année 2016 marque un nouveau tournant pour la Maison avec Jérôme Térangi, quatrième génération de la famille Rambaud. Il rebaptise la Maison WORMS Paris et s'entoure du savoir-faire de la designer Nathalie Vaucher Tempier. La créatrice va porter un regard singulier et résolument moderne sur la perle. Loin des mondanités, sa collection Urbaine se fait résolument graphique. Le cadenas qui pare chaque pièce dans un style Art Déco devient alors la signature de la Maison. Résultat : des créations emplies de fraîcheur, à la fois rock et chic, à destination des femmes mais également des hommes.

[www.wormsparis.com](http://www.wormsparis.com)



Jérôme Térangi Rambaud, PDG de WORMS Paris



Bracelet Cadenas U'rbain homme



Nathalie Vaucher Tempier, designer



Sélection par les trieuses de perles au sein de l'atelier



Cindy Rossling, mannequin et égérie de WORMS Paris



Bracelet femme «Perle Cadenas» en plaqué or jaune et perle de culture d'eau douce Ø 7 mm, sur ruban extensible, 88 euros

## WORMS Paris : when pearl step out of line

In the jewellery world, Worms is a very great lady born in 1900. The family House which started in the 8th arrondissement of Paris very quickly specialized in cultured pearls, becoming the first French importer of pearls from Japan as soon as 1925. In 1950, François Rambaud, jeweller specialized in precious stones and metal, revitalized the House. Thanks to his expertise, he succeeded in distinguishing 26 pearl colours, each one given a letter from the alphabet. "The pearl alphabet" was so born. In 2016, the House faced a new turn with Jérôme Térangi, the 4th generation of the Rambaud family.

He renamed the House Worms Paris and associated with the know-how of the designer Nathalie Vaucher Tempier. The designer will take a new, unique and modern look on the pearl. Out of the social events, her Urban collection is totally graphic. The Art Deco padlock on each creation is the House signature. The result: fresh, rock and chic creations for women but also for men.

[www.wormsparis.com](http://www.wormsparis.com)

WORMS  
Paris



Photo Christophe Chaverou

La perle autrement

[www.wormsparis.com](http://www.wormsparis.com)

# TANT Qu'il y aura des hommes

Les hommes sont à l'honneur cette fois dans Showcase. La Fête des Pères est déjà loin mais avons-nous vraiment besoin d'occasion spéciale pour gâter nos chers et tendres ou à minima les conseiller dans leurs choix de shopping ? A ne pas rater la collab' Puma x The Kooples, le soin hydratant spécial barbe Blondépil, le sac à dos Dior x Toru Kamei, les lunettes de soleil de la marque 100% française Max Pittion (la marque préférée de tous les it-boys de la planète) et l'appareil photo Coolpix carrossé bleu océan pour shooter en rafale leur modèle préféré : nous. Bel été les garçons !

*For our fiancés, friends, brothers, husbands, lovers (hush), in short for our men, it's also summer. Here is our selection of essential products for them to be as handsome as ever*

This time, men have the honour in Showcase. Fathers' Day is over but do we really need an occasion to please the ones we love or do a minimum to give them advice in their shopping choices ? An opportunity not to miss is the collaboration between Puma and The Kooples, Blondépil's beard oil, Dior x Toru Kamei's backpack, the sunglasses by the Korean brand Gentle Monster (the favourite brand of all the it-boys all over the world) and the ocean blue Coolpix camera to take photos in burst mode of their favourite subject : us. Have a nice summer boys !

*Pour nos chéris, nos fiancés, nos amis, nos frères, nos maris, nos amants (chuuuuuuut), bref nos hommes, c'est AUSSI L'ÉTÉ. Voici notre sélection de produits INCONTOURNABLES pour qu'ils soient « beaux comme un CAMION »*

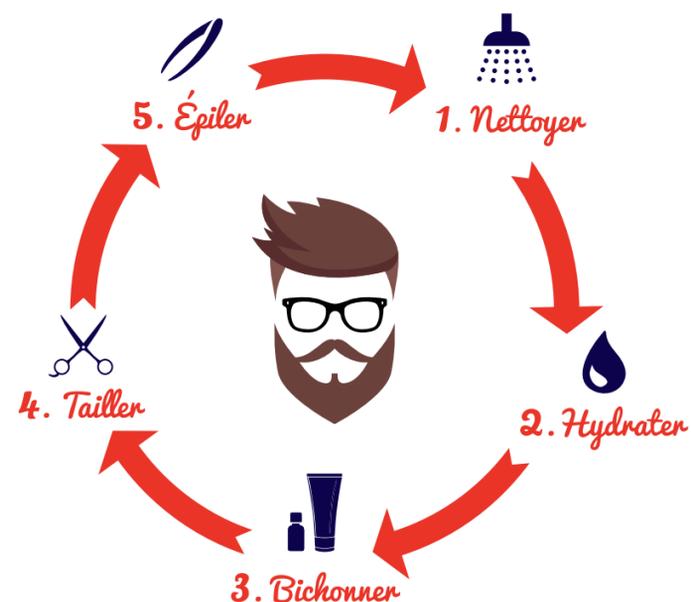


- 1- Rasoir IconiQ, Philips, 599,99 euros
- 2- Sneakers Clyde, Puma x The Kooples, prix sur demande
- 3- Soins à barbe, Blondépil, chez Franprix, en GMS, et sur [www.blondepilhomme.fr](http://www.blondepilhomme.fr), 9,99 euros
- 4- Sandales Helios, All Saints, 125 euros
- 5- Bracelet jonc Ulysse en argent martelé, Emmanuelle Zysman, 140 euros
- 6- Chemise hawaïenne, Officine Générale [www.officinegenerale.com](http://www.officinegenerale.com), 239 euros
- 7- Panama écru, Monoprix, 39,99 euros
- 8- Coffret collection Week-End Vintage, Pierre Lannier, 179 euros
- 9- Sac à dos en cuir, Dior x Toru Kamei, 3380 euros
- 10- Lunettes de soleil Kingston, Max Pittion chez Colette [www.colette.fr](http://www.colette.fr), 395 euros
- 11- Enceinte Aerobull XS1 rouge sans fil, Jarre Technologies [www.jarre-distribution.com](http://www.jarre-distribution.com), 599 euros
- 12- Appareil photo Coolpix W100, Nikon, 149 euros
- 13- Tee-shirt, Esprit, 15,99 euros
- 14- Aqaysos, EDP 100ml, Pierre Guillaume, 146 euros
- 15- Bermuda rayé, Laurence Airline en exclusivité aux Galeries Lafayette [www.galerielafayette.com](http://www.galerielafayette.com), 140 euros
- 16- Bleu de Chanel EDP 100ml, Chanel, 91,50 euros

## blondépil HOMME

*Pour les hommes qui veulent dompter leurs poils !*

UNE GAMME DE SOINS DE LA BARBE ET DÉPILATOIRES



Fabrication Française

Disponible sur [www.blondepilhomme.fr](http://www.blondepilhomme.fr)



# NEWSACTU

## Le vestiaire des épicuriens

Hanjo, c'est l'histoire d'une bande de potes. Des joyeux drilles habités d'une même passion pour les sorties autour d'un verre, d'une bonne table ou d'un petit troquet pour savourer, découvrir et partager de nouveaux plats. Leur crédo : démocratiser les belles matières. C'est ainsi qu'ils ont choisi de s'attaquer à la chemise, un produit qui exige maîtrise des matières, expertise dans la coupe, rigueur dans la confection et inventivité dans les motifs et les détails. Résultat : une collection pas comme les autres qui fleure bon les discussions entre amis au soleil ou au coin du feu, un verre de vin à la main. Parmi les créations emblématiques de la Maison, la chemise «Grand Cru» aux motifs grappes de raisins ou encore la chemise «Cru Bourgeois» aux motifs verres ballon. Toutes disponibles du S au 3XL. Pour les plus épicuriens, Hanjo se découvre sous la forme de coffrets : une bouteille de Cairanne du Domaine Richaud (Côtes du Rhône 2015) et une paire de chaussettes accompagnent la chemise de votre choix !



## The epicureans' closet

Hanjo is the story of a bunch of friends. Joyful pals having the same passion for parties with a drink, good food or a small café to enjoy, discover and share new dishes. Their creed : to democratise access to fine materials. As a consequence, they chose to revisit the shirt, an item demanding mastery of materials, expertise in cutting and discipline in manufacturing and a capacity to invent new patterns and details. As a result, a not like the other collection perfect for chatting with friends in the sun or by the fireplace, with a drink. Among the iconic creations of the House, the "Grand Cru" shirt with grapes or the "Cru Bourgeois" shirt with round glasses. All available from S To XXXL. For the most epicureans, Hanjo designed gift boxes: a bottle from the winery Domaine Richaud (Côtes du Rhone 2015) and a pair of socks come with the shirt of your choice !

## Maison Caulaincourt, Maison parisienne de souliers pétillants

La Maison Caulaincourt, c'est l'histoire d'Alexis Lafont. En 2008, cet ingénieur Centralien, féru de photographie, décide de consacrer sa vie au «vrai» luxe. Il crée alors sa première boutique, chic et simple, qu'il baptise «Caulaincourt Paris». Pour les citadins, il imagine des souliers intemporels : ni vieillots, ni fashion et fait de l'élégance et de la simplicité sa marque de fabrique. Dans chacune de ses créations, Alexis Lafont s'emploie à remettre l'artisanat au cœur de sa démarche : les patines des souliers sont personnalisables et les souliers peuvent être manufacturés à l'unité à partir du cahier des charges des clients. Caulaincourt Paris confie la fabrication de ses souliers à des ateliers experts et utilise les plus belles peausseries disponibles sur le marché, celles commandées par des maisons de renom à l'instar de J.Lobb, Hermès ou encore Weston. En 2017, Caulaincourt Paris ouvre son espace au Printemps de l'Homme et vend ses créations de fabrication française à l'international. Tokyo, Sydney, Hong-Kong et Lausanne ont ainsi déjà adopté les créations du jeune passionné.

**Boutique Victor Hugo, 9 Avenue Victor Hugo, 75116 Paris, 01 45 01 89 18**  
**Boutique Chomel, 11 Rue Chomel, 75007 Paris, 01 42 84 29 78**  
**Boutique Haussmann, 120 Boulevard Haussmann, 75008 Paris, 01 43 87 03 06**  
[www.caulaincourt.paris/fr](http://www.caulaincourt.paris/fr)



## The Caulaincourt House, The Parisian house of fancy shoes

The Caulaincourt House is Alexis Lafont's story. In 2008, this Ecole Centrale engineer addicted to photography decided to dedicate his life to real luxury. Thus, he created his first chic and simple shop named "Caulaincourt Paris". For townspeople, he designs timeless shoes: nor old-fashioned, neither trendy and makes elegance and simplicity his trademark. In each of his creations, Alexis Lafont places craft traditions at the heart of his work : the shoes patina is customizable and they can manufacture one item at a time according to each client's demands. Caulaincourt Paris manufactures its shoes in experts' workshops and uses the finest leathers available on the market, those ordered by famous houses like John Lobb, Hermès or Weston. In 2017, Caulaincourt Paris opens its space at Le Printemps for Men and sells its French-made creations worldwide. Tokyo, Hong Kong and Lausanne have already adopted the passionate young man's creations.

## MEN ONLY !



La barbe, accessoire de mode ? Oui, mais à la condition de l'entretenir et de la soigner de façon régulière. Bonne nouvelle pour ces messieurs, la marque Blondépil a imaginé spécialement pour eux une gamme dédiée. Parmi les essentiels : l'huile à barbe qui, grâce à sa formule concentrée en huile d'olive et d'avocat nourrit les barbes rêches et dures et réduit les sensations de tiraillements et de démangeaisons. Pour les poils disgracieux, Blondépil à même imaginé une crème dépilatoire sous la douche. Rapide, efficace et pratique, elle s'adapte à toutes les zones et s'enlève en un tour de main grâce à son gant multi-zones !

Huile à barbe, flacon verre compte-goutte 50ml, 9,99 euros  
 Crème dépilatoire sous la douche, tube 200ml + gant «Multi-zones» pour retirer la crème, 6,99 euros. Blondépil Homme, chez Franprix, en GMS et sur [www.blondepilhomme.fr](http://www.blondepilhomme.fr)



## CONNAISSEZ-VOUS VRAIMENT BENSIMON ?

### Le style de vie Bensimon

*Maison, mode, déco, design, rien n'échappe à Bensimon. Au fil des ans, la Maison a multiplié ses domaines d'excellence sans pour autant renier son ADN: coloré évidemment, mais également élégant et utile. Derrière la Maison règne toujours l'œil avisé de Serge Bensimon, infatigable dénicheur de tendances qui s'est imposé avec son univers guidé par l'amour du voyage. Forcément, Showcase aime. Visite à 360 degrés des toutes dernières créations, made in Bensimon : la Maison souvent imitée, mais jamais égalee.*



## DO YOU REALLY KNOW BENSIMON ?

### Bensimon's lifestyle

*Home, fashion, decoration, design, he masters it all. Over the years, the House has extended its skills while keeping its DNA: obviously colourful, but also elegant and useful. Behind the House, Serge Bensimon has a smart eye on everything, a restless trend finder who got a place thanks to his universe inspired by his love of travelling. Necessarily, Showcase loves it. A total visit of the latest creations made in Bensimon : the House often copied but never equalled.*



### Bensimon côté maison

C'est toujours «Autour du monde» que Bensimon glane ses inspirations pour ses collections d'objets design et décoration. Véritable invitation au voyage, les concept-stores de l'enseigne se découvrent comme une caverne d'Ali Baba ultra-revitalisante. Cet été, c'est la couleur qui est à l'honneur. La collection de bougies parfumées se dote de prénoms féminins : elles s'appellent Charlotte, Eléonore, Joséphine, Gabriela ou encore Alice et enchantent nos intérieurs.



### Que la lumière soit !

Aucune fausse note dans les collaborations Bensimon. La marque sait se rapprocher des plus grands pour imaginer les objets du quotidien qui rendent les intérieurs jolis. Avec ses lampes «Sara & Bob» imaginées par le designer parisien Dan Yeffet, Bensimon casse les codes. Deux volumes de verre soufflés-moulés se superposent élégamment, jouant ainsi la complicité des matériaux. A utiliser seules ou en couple, en lampe d'appoint pour un intérieur design.

### Home by Bensimon

It's still around the world that Bensimon finds inspiration for his collections of design and decoration items. A real invitation to travel, the concept stores of the brand are like dynamic Aladdin's cave.

This summer, colour is essential. The collection of scented candles has women's names: Charlotte, Eléonore, Joséphine, Gabriela or Alice and they delight our homes.

### Let there be light !

No false note in Bensimon's partnerships. The brand knows how to collaborate with the best to imagine daily life items which make home nicer. With its "Sara & Bob" lamps created by the Parisian designer Dan Yeffet, Bensimon changes the codes. Two volumes of moulded blown glass are elegantly superposed, playing with materials' complexity. To be used alone or by pair for an appropriate and tasteful home !



### Bensimon côté mode

La femme Bensimon est élégante. Elle est également pétillante et active. Pour elle, la Maison conçoit des vêtements intemporels, agréables à porter et adaptables à toutes les occasions du quotidien. Impossible de mentionner Bensimon, sans ses mythiques tennis qui ont fait la renommée de la marque. Cet été, la tennis ballerine se fait jungle. On adore le condensé de couleurs à l'inspiration wax et tropical.



### Fashion by Bensimon

The Bensimon woman is elegant. She is also dynamic and busy. For her, the House designs timeless and comfortable clothes, perfect for any moment of the day. Impossible to speak about Bensimon without its iconic sneakers which made the brand famous. This summer, the ballerina has jungle patterns. We love its colourful wax and tropical inspiration.



**LIFESTYLE - MODE - TENNIS ACCESSOIRES - CHAUSSURES**

**LIFESTYLE - RTW - TENNIS SHOES-ACCESSOIRES-SHOES**

# ART DE VIVRE

## LES TENDANCES LIFESTYLE DE NOTRE ÉTÉ

Même si l'été est synonyme de flânerie, de sorties, de week-end prolongés et de voyages, la maison reste un lieu privilégié pour se détendre, se ressourcer ou partager de bons moments – que ce soit en solo, en duo, en famille ou entre amis ! Evasion, bleu azur, exotisme, fraîcheur... ont été nos sources d'inspiration. Au fil de nos pages Art de vivre, vous trouverez sans aucun doute des idées pour apporter une touche estivale à votre home sweet home avec une déco gaie et colorée, aménager votre terrasse, dénicher un petit bistrot ou un hôtel de charme ou encore choisir vos vins chouchous pour faire de 2017 un été mémorable.

#DELICES  
LIFESTYLE  
#DECO#  
HOME#  
#GOURMANDISES  
BISTRONOMIE#  
#INTERIEUR  
FOOD  
#TENDANCES

## LIFESTYLE TRENDS FOR SUMMER

Even if summer stands for strolling, going out, long weekends and travelling, the house is still a special place to relax, to recharge or share good moments – whether alone, two or with family or friends ! Getting away, azure blue, exoticism, freshness... have been our inspiration. Through the lifestyle pages, no doubt you'll find ideas to give a summer touch to your home sweet home with a joyful and colourful decoration, prepare you terrace, find a small café or a charming hotel or also choose your favourite wines to make summer 2017 unforgettable.

Nouveaux Mondes



ALEXANDRE  
TURPAULT

FRANCE 1847

[alexandre-turpault.com](http://alexandre-turpault.com) | Disponible dans les grands magasins parisiens

# ARTDEVIVRE RienQue du BLEU

Le bleu,  
ROI  
incontesté  
de la déco  
cet été

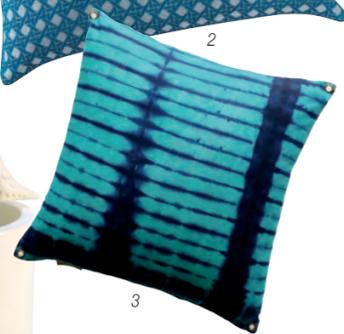
Avec sa large palette de nuances, du bleu ciel au bleu marine en passant par le turquoise et le bleu Majorelle, il s'impose comme une valeur sûre en matière de déco et s'invite dans toutes les pièces de la maison.

Quelle que soit la nuance, le bleu se fait apaisant et devient propice à la détente et à l'évasion. Considéré comme une couleur phare, il reste un intemporel facile à associer. Nos marques et créateurs chouchous ne sont pas passés à côté de la tendance et nous proposent de jolis meubles et objets, pratiques ou décoratifs, pour apporter une touche d'élégance et de raffinement de la cuisine à la salle de bains, en passant par le bureau. Morceaux choisis, du mobilier aux accessoires, parmi les nouveautés de la saison, pour se créer un intérieur entre ciel et mer.

blue is THE  
color for  
decoration  
this summer

With its large range of shades, from light blue to navy blue through turquoise and Majorelle blue, it has become a safe value in decoration and invades all the rooms of our homes.

Whatever the shade, blue is appealing and perfect for relaxing and escaping. Considered as a defining trend, it is timeless and easy to match with. Our favourite brands and designers have noticed it too and propose us nice useful or decorative furniture and items to give a touch of elegance and refinement from the kitchen to the bathroom, going through the study. Chosen elements, from furniture to accessories, among the new products of the season to create an interior between sky and sea.



- 1- Carafe unie, La Carafe, [www.la-carafe.fr](http://www.la-carafe.fr), 17 euros
- 2- Coussin Etoilée coloris Prusse, Descamps, [www.descamps.com](http://www.descamps.com), 45 euros
- 3- Coussin Lomé Turquoise, Unum, [www.unum-design.com](http://www.unum-design.com), 85 euros
- 4- Duetto / Bougie moineaux, Moineaux & Co, [www.moineauxandco.fr](http://www.moineauxandco.fr), 23,50 euros
- 5- Passoire Mint, Brabantia, [www.brabantia.com](http://www.brabantia.com), 9,95 euros
- 6- Tabouret Gustave Bleu d'Eau design par Charles Seuleusian, Hartò, [www.hartodesign.fr](http://www.hartodesign.fr), 169 euros
- 7- Plat Poissons, Maisons du Monde, [www.maisonsdumonde.com](http://www.maisonsdumonde.com), 16,99 euros
- 8- Assiette Chantaco Bleue, Jean-Vier, [www.jean-vier.com](http://www.jean-vier.com), 7,50 euros
- 9- Vide-pomme Blue, Brabantia, [www.brabantia.com](http://www.brabantia.com), 3,75 euros
- 10- Stylo-bille Ambition OpArt bleu, Faber Castell, [www.faber-castell.fr](http://www.faber-castell.fr), 60 euros
- 11- Stylo-bille Guilloché Indigo, Graf Von Faber Castell, [graf-von-faber-castell.fr](http://graf-von-faber-castell.fr), 195 euros
- 12- Peignoir Extrasoft Coloris Mers du Sud, Jalla, [www.jalla.com](http://www.jalla.com), 85 euros
- 13- Chevet bleu tiroir, Becquet, [www.becquet.fr](http://www.becquet.fr), 99,90 euros
- 14- Mug en porcelaine « Hokusai », Nature & Découvertes, [www.natureetdecouvertes.com](http://www.natureetdecouvertes.com), 5,95 euros
- 15- Gobelets cocktail Abyss, Sema, [www.semadesign-deco.fr](http://www.semadesign-deco.fr), 4,40 euros l'unité
- 16- Cocotte ronde Bleu Marseille, 5 tailles, Le Creuset, [www.lecreuset.fr](http://www.lecreuset.fr), à partir de 199 euros



- 1- Suspension Nina design par Tristan Lohner, Hartò, [www.hartodesign.fr](http://www.hartodesign.fr), 129 euros
- 2- Corbeille «Les Discrets», Sobomarket, [www.sobomarket.fr](http://www.sobomarket.fr), à partir de 18 euros
- 3- Coussin Moogli Turquoise design par Audrey Garel, Hartò, [www.hartodesign.fr](http://www.hartodesign.fr), 48 euros
- 4- Lampion rond bleu LED solaire avec hanse, Blachère, [www.blachere-illumination-store.com](http://www.blachere-illumination-store.com), 11,80 euros
- 5- Coussin Bougainville, Alexandre Turpault, [www.alexandre-turpault.com](http://www.alexandre-turpault.com), 89 euros
- 6- Mug bleu Poissons, Printemps, [www.printemps.com](http://www.printemps.com), 10 euros
- 7- Bougie Fleur Bleue, Kerzon, [www.kerzon.paris](http://www.kerzon.paris), 35 euros
- 8- Linge de bain, Tommy Hilfinger, [fr.tommy.com](http://fr.tommy.com), à partir de 11,90 euros le lot de 2 serviettes carrées
- 9- Vaporisateur de parfum, Esteban, [www.esteban.fr](http://www.esteban.fr), 18 euros
- 10- Bougie Les Belles Matières, Cire Trudon, [trudon.com](http://trudon.com), 75 euros
- 11- Bol à salade Bistro, à partir de 4,90 euros D. 12 cm / Couverts à salade Ginkgo, 2,90 euros, Bodum, [www.bodum.com](http://www.bodum.com)
- 12- Vase Turquoise, Bensimon, [www.bensimon.com](http://www.bensimon.com), 57,50 euros
- 13- Drap de plage Paddle Turquoise, Jean-Vier, [www.jean-vier.com](http://www.jean-vier.com), 65 euros
- 14- Vase Céline, Lene Bjerre en exclusivité au Printemps, [www.printemps.com](http://www.printemps.com), 25 euros
- 15- Couteau Pliant Le Thiers® Jean, Degrenne, [www.degrenne.com](http://www.degrenne.com), 63 euros
- 16- Corbeille Surfing, Maisons du Monde, [www.maisonsdumonde.com](http://www.maisonsdumonde.com), 9,99 euros
- 17- Verre à eau Agosta, Coté Table, [www.cote-table.com](http://www.cote-table.com), 8,50 euros
- 18- Fauteuil outdoor, design par Margaux Keller, Bensimon, [www.bensimon.com](http://www.bensimon.com), 255 euros
- 19- Assiette à dessert Alaria, Geneviève Lethu, [www.genevievelethu.com](http://www.genevievelethu.com), 14 euros
- 20- Cierge Lavande, Cire Trudon, [www.trudon.com](http://www.trudon.com), à partir de 18 euros



# ARTDEVIVRE Une Terrasse Stylée

La terrasse,  
NOUVELLE  
pièce  
À VIVRE

Le Graal des parisiens, c'est d'avoir un balcon ou une terrasse à transformer en spot avec vue sur les emblématiques toits de Paris. Showcase vous propose une déco inspirante pour jardin urbain.

Pour organiser des apéros ou des soirées au clair de lune, aménager un espace en plein air où se ressourcer et s'évader (sans bouger et à moindre coût !), la rédaction vous propose une sélection de mobilier, de végétaux et de déco pour créer une atmosphère tendance et qui vous ressemble. Que vous soyez plutôt ambiance zen et épurée d'Asie, lodge africain aux couleurs naturelles (blanc, sable, terracotta ou noir), hacienda mexicaine ou fan de déco kitsch et colorée comme en Floride, vous trouverez forcément l'inspiration parmi notre sélection qui est une invitation au voyage... à vous de choisir la destination !

The Grail for Parisians is to have a balcony or a terrace to transform into a place with a view on the iconic roofs of Paris. Showcase proposes you an inspiring decoration for urban gardens.

To organize cocktail parties by night, develop an outside space to recharge or change your mind (without moving or spending much money!), the editorial team proposes a selection of furniture, plants and decoration to create a trendy atmosphere that suits you. Whether you prefer Zen and pure Asian atmosphere, African lodge with natural colours (white, sand, terracotta or black), Mexican hacienda or fan of the kitsch and colourful decoration from Florida, obviously you'll find the inspiration among our selection which is an invitation to travel... choose the destination !



- 1- Cache-pot suspension en terre cuite et corde, Truffaut, 20,90 euros et 45 euros, [www.truffaut.com](http://www.truffaut.com)
- 2- Lanterne à suspendre, Nature & Découvertes, 19,95 euros, [www.natureetdecouvertes.com](http://www.natureetdecouvertes.com)
- 3- Chaise en résine «Zig Zag», Maisons du Monde, 99,99 euros, [www.maisonsdumonde.com](http://www.maisonsdumonde.com)
- 4- Sabots Victorine, Aigle chez Truffaut, 39,95 euros, [www.truffaut.com](http://www.truffaut.com)
- 5- Balayette long manche monture en hêtre, Fabrication française, Maison Eléphant, 4,95 euros, [www.elephant-maison.com](http://www.elephant-maison.com)
- 6- Photophore en verre, Truffaut, 3,50 euros l'un, [www.truffaut.com](http://www.truffaut.com)
- 7- Seau en acier galvanisé, Contenance 4L, Maison Eléphant, 6,99 euros, [www.elephant-maison.com](http://www.elephant-maison.com)
- 8- Torche chandelle solaire, Truffaut, 25,95 euros, [www.truffaut.com](http://www.truffaut.com)
- 9- Mi-botte, du 36 à 42. Truffaut, 49,95 euros, [www.truffaut.com](http://www.truffaut.com)
- 10- Coussin « Coquelicot », Petit Pan, 12 euros, [www.petitpan.com](http://www.petitpan.com)
- 11- Verre «Tropical Paradise», Maisons du Monde, 2,29 euros, [www.maisonsdumonde.com](http://www.maisonsdumonde.com)
- 12- Carillon solaire mésange en céramique, Truffaut, 16,95 euros
- 13- Ampoule Eureka en verre. Équipée de 4 LED. Truffaut, 5,45 euros
- 14 et 21- Bougie céramique «Tropical Wood», Bougies La Française, 16 euros, [www.bougies-la-francaise.com](http://www.bougies-la-francaise.com)
- 15- Chaise tracteur en acier. H. 70cm, Truffaut, 105 euros,
- 16- Serre contenant un caféier arabica d'Afrique, Pikaplant, 70 euros, [www.bhv.fr](http://www.bhv.fr)
- 17- Repose-pieds «El Aito», Pomax, 220 euros, [www.bhv.fr](http://www.bhv.fr)
- 18- Vase Jessy en verre. Ø 7 x H. 20 cm, Truffaut, 2,90 euros
- 19 et 20- Bougie perruche, Coloris bleu ou vert, Truffaut, 12,50 euros
- 22- Fauteuil de jardin «Nairobi» Maisons du Monde, 230 euros, [www.maisonsdumonde.com](http://www.maisonsdumonde.com)
- 23- Vase Fioni en verre. Deux coloris. H. 17cm, Truffaut, 3,50 euros
- 24- Porte-bougies en verre. H. 8 cm. Truffaut, 1,99 euros, l'un
- 25-Torche en bois avec bougie à la citronnelle. Plusieurs coloris. H. 96 cm. Truffaut, 5,90 euros, [www.truffaut.com](http://www.truffaut.com)
- 26- Braserio en métal «Sahraoui», Maisons du Monde, 139,90 euros, [www.maisonsdumonde.com](http://www.maisonsdumonde.com)

# NEWSACTU

## Truffaut s'engage

Voici 200 ans que l'entreprise Truffaut revendique sa passion pour le végétal. Depuis 2011, au travers de la fondation d'entreprise Georges Truffaut\*, le groupe s'engage pour des projets d'avenir. Pour ce faire, Truffaut applique les mêmes exigences que celles qui animaient jadis le célèbre horticulteur : passion, pédagogie et engagement, avec une conviction forte : «le végétal, c'est la vie». Lieu de médiation et de partage, le jardin est un espace où les hommes et les femmes ont la possibilité de faire corps avec le vivant.

Fort de ces différentes convictions, la Fondation Georges Truffaut accompagne financièrement des associations Loi 1901 ou des structures à but non lucratif dans leurs projets en lien avec le jardin et soutient des actions d'intérêt général entre l'homme et le végétal. La Fondation intervient ainsi dans trois domaines : l'insertion, le partage et le thérapeutique et soutient des projets proches géographiquement des jardineries pour assurer un lien humain de proximité. Depuis sa création, le réseau de magasins a déjà soutenu 250 projets, à l'instar d'un projet d'insertion soutenu par le magasin d'Orléans (45), ou encore d'un projet thérapeutique accompagné par le magasin de Mauguio (34). Autant de petites graines, à l'ancrage résolument local et destinées à renforcer le lien indéfectible qui unit l'Homme à la Nature.

\* fondation d'entreprise selon arrêté préfectoral du 30 mars 2011



## Truffaut's commitment

The Truffaut Company has claimed its passion for plants for 200 years. Since 2011, through the Georges Truffaut Corporate Foundation, the group engages in projects for the future. To do so, Truffaut has the same demands that the famous horticulturist had in the past: passion, pedagogy and commitment, with a strong belief : "plant is life". Place of meditation and sharing, the garden is a space where men and women have the opportunity to be part of living elements.

In those different convictions, the Georges Truffaut Foundation financially helps non-profit organizations in their projects concerning gardens and supports actions in the interest of the community between men and plants. So the Foundation is involved in three fields : insertion, sharing and caring and supports projects which are near garden centres to ensure close human links. Since its creation, the store network has already supported 250 projects, like an insertion program by the shop in Orléans (45), or a caring project accompanied by the shop in Mauguio (34). Many seeds locally rooted which aim at reinforcing the everlasting connection between Human Beings and Nature.

# NEWSACTU

## Escapes parisiennes confidentielles

Dans la série boutique hôtel, Showcase choisit Hôtels Paris Rive Gauche. Des établissements à taille humaine, orchestrés par une famille passionnée par l'élégance et le raffinement. Reste à choisir parmi trois adresses confidentielles : l'une se situe place du Panthéon, l'autre Place de l'Odéon et la troisième à proximité de l'Eglise Saint-Sulpice. Choix cornélien pour les adeptes de la tranquillité et du bon goût.

### Hôtel Spa La Belle Juliette

Véritable parenthèse poétique, l'hôtel «BJ» a été imaginé en l'honneur de Juliette Récamier, héroïne du XIX<sup>ème</sup> siècle à la beauté exceptionnelle. Un lieu riche en couleur et en objets insolites qui plonge le visiteur dans un univers exigeant et raffiné, nimbé de romantisme. Situé dans le très chic quartier de Saint-Germain-des-Près, le BJ propose 45 chambres à la fois classiques et modernes où se mêlent matières nobles et haute technologie. A découvrir également, le Spa Belle Juliette, véritable invitation au lâcher-prise.

### Hôtel Baume

A deux pas de la Place de l'Odéon, l'hôtel Baume est un petit bonbon acidulé. Il fait «beau» y pénétrer : on se délecte de la quiétude qui y règne et l'on s'émerveille face à la décoration «Art déco» safranée. Le patio percé d'une verrière lumineuse capitonnée de lierre épais est un appel à la quiétude et à la sérénité. Un hôtel à taille humaine avec 27 chambres et 8 sites au décor années 30 revisités.

### Les Dames du Panthéon

Il n'y a pas que de grands hommes, Place du Panthéon ! Les grandes dames ont elles aussi leur place, dans un hôtel rempli de délicatesse et de poésie. Une ambiance chaleureuse, habillée de pourpre, de prune et de velours capitonné, où chaque étage est un voyage dans l'univers des «Dames» : romantiques, courtisanes, chansonniers, littéraires, indépendantes, intellectuelles et avant-gardistes. Il règne comme un parfum sucré dans l'air de cet établissement à la féminité revendiquée !



La Belle Juliette



Hôtel Baume



Les Dames du Panthéon

## Bonbons fruits pour pause saine



Gimme Five, c'est l'alternative gourmande aux confiseries traditionnelles. Une «fruiandise» sans sucres ajoutés, sans colorants, sans gélatine animale, sans allergènes, sans conservateurs et sans OGM à glisser dans le sac à dos des plus petits ou dans celui des plus grands pour un snack zéro culpabilité. Existe à la banane, pêche, fraise, poire et mix.

**3,79 euros les 5 sachets de 20 g. Vendu en GMS, au Jardin d'Acclimatation, au Drugstore Publicis et partout en France, vente en ligne sur [www.gimmefive.fr](http://www.gimmefive.fr)**

## Slimshot dans la poche



Nouvelle innovation minceur des laboratoires Vitarmony, Slimshot est un concentré d'actifs recommandés par les nutritionnistes dans le cadre de régimes ciblés. Composé d'un duo d'artichauts et de thé, Slimshot Détox purifie l'organisme, tandis que Slimshot Brûle graisses (aux actifs de framboise, guarana et queue de cerise), délocalise les amas graisseux. A consommer en cure d'une semaine pour des résultats sur la perte de poids.

**9,41 euros. Vendu en GMS, 1 shot / jour. Programme de 7 jours.**



## Hawaii Kawaii par Mariage Frères

En été, le thé glacé est un incontournable pour se désaltérer. En effet, même infusé à froid, le thé libère tous ses arômes. La très chic marque parisienne Mariage Frères nous invite au voyage et nous transporte vers le Pacifique grâce à sa nouveauté au nom évocateur : Hawaii Kawaii. La gamme se compose de 2 thé glacés aux notes gourmandes fruitées : le thé vert et le thé Rooibos rouge où se mêlent des notes d'ananas et d'hibiscus rouge. Ces deux références, qui se présentent dans un élégant flacon en verre soufflé noir brillant, viennent agrandir la collection French Summer Tea.

**160 g pour une préparation de 24 litres : 40 €. [www.mariagefreres.com](http://www.mariagefreres.com)**

## Christophe Do, un street photographe engagé

Passionné de street art et de cultures urbaines depuis son adolescence, Christ Do a d'abord orienté son travail artistique vers la peinture et le graffiti. Un déclic s'opère en lui lorsqu'il rencontre un portraitiste. Il réalise alors que la photo constitue un merveilleux vecteur pour partager sa vision du monde teintée d'urbanité et d'humanité. Il cherche donc à faire le lien entre ses clichés et le monde du street art et des cultures urbaines. En 2015, il entame le projet de photo-reportage "RDT : j'existe", avec le collectif Regarde Devant Toi, dénonçant la banalisation de la misère en milieu urbain. Il va ainsi à la rencontre photographique des SDF et des personnes victimes d'exclusion qui se retrouvent confrontées à la dure réalité de la rue à laquelle on ne prête même plus attention tant elle est devenue familière. Il en ressort des clichés puissants, dérangeants, qui vont même parfois jusqu'à renvoyer à la guerre et à la mort par une utilisation précise du noir et blanc. Au-delà de la portée esthétique, Christ Do défend en effet une vision militante de la photographie. En parallèle, il participe à d'autres projets « humano-artistiques » et collabore avec un magazine pour des photos de mode, pour ne citer que cela. Un artiste à suivre ! Depuis début 2017, il travaille également sur un projet de street photography dédié au sourire intitulé "Un sourire pour tous", afin de témoigner de la pluralité des émotions qui habitent la ville. Enfin, il expose en ce moment une partie de son travail de photographie urbaine au Workshop Boulogne, un atelier boutique de meubles vintage et industriels restaurés dans une logique d'économie circulaire.



Facebook : [Christ.Do.Photographe](https://www.facebook.com/Christ.Do.Photographe)  
Instagram : [@streetart\\_p.a.r.i.s](https://www.instagram.com/streetart_p.a.r.i.s) [@regarde.devant.toi](https://www.instagram.com/regarde.devant.toi) [@jexiste\\_rdt](https://www.instagram.com/jexiste_rdt)

# CARETTE PARIS

4, place du Trocadéro  
75016 Paris - 01 47 27 98 85

25, Place des Vosges  
75003 Paris - 01 48 87 94 07

7, Place du Tertre  
75018 Paris - 09 67 82 18 86

Ouvert 7 jours sur 7  
[www.carette-paris.fr](http://www.carette-paris.fr)



# NEWSACTU



## Plongée dans L'Inconnu

En plein cœur du VIème arrondissement, voici une adresse qui gagne à être connue. L'Inconnu est le terrain de jeu du chef japonais Koji Higaki, qui a choisi de faire honneur à l'Italie, sans pour autant renier ses influences françaises et japonaises. Résultat : une cuisine italienne revisitée, pleine de finesse et de poésie. C'est beau, autant que bon : Koji Higaki travaille les pâtes avec passion, déployant son savoir-faire acquis au cours de ses années passées en tant que second du «Passage 53» (seul chef japonais doublement étoilé en France), ainsi qu'au sein de deux restaurants vénitiens.

**Restaurant l'Inconnu, 4 rue Pierre Leroux, 75007 Paris, 01 53 69 06 03, restaurant-linconnu.fr**



## Masturi : plus de 30 ans de succès culinaire

Le premier restaurant Masturi ouvrait ses portes Rue de Richelieu il y a maintenant 31 ans, en 1986. Depuis, le succès n'a fait que sourdre à cette chaîne de restaurants japonais car le groupe compte maintenant 14 établissements en France ! Ce qui a notamment fait la renommée de Masturi, c'est son convoyeur, disposé au milieu de la salle. Les clients prennent place autour d'un comptoir tournant pour déguster différents mets japonais, créés par le Chef japonais Dai Tamura, et se servent au gré de leurs envies. C'est le liseré de l'assiette qui détermine le prix, oscillant entre 2 et 5 euros. Chaque plat est préparé sur place, devant vous, avec le plus grand respect des produits et de la cuisine nipponne. Afin de plaire au plus grand nombre, Masturi a également développé la vente à emporter ainsi que la livraison à domicile. Succombez rapidement !

**Masturi, 08 00 94 11 11, www.masturi.fr**



## Comtesse du Barry : cap sur le Carrousel & la mer !

Comtesse du Barry a ouvert un nouveau point de vente en plein cœur du Carrousel du Louvre. Situé dans un lieu incontournable du shopping et de la culture à Paris, cette nouvelle boutique permet à la marque d'être au plus près de sa clientèle internationale. Vitrine prestigieuse pour Comtesse du Barry, celle-ci a décidé d'en faire un endroit unique grâce à une décoration inédite. La France et sa gastronomie sont évidemment mises à l'honneur : de grands lustres rappellent le siècle des lumières, des photos de vallons bucoliques du Gers sont projetées sur les murs, une somptueuse table évoque les grands banquets généreux... Outre l'ornement, vous y trouverez également des produits en exclusivité, tels que la baguette de terrines «bleu, blanc, rouge» ou les coffrets des meilleures recettes dans des écrans reprenant les symboles parisiens. Vous y découvrirez les nouvelles créations culinaires de la Comtesse du Barry, qui donne la part belle à la mer et ses habitants ! Poissons, coquillages et crustacés sont au programme !

**Carrousel du Louvre, 99 Rue de Rivoli, 75001 Paris, 01 42 61 02 08**  
Comtesse prend le large, à partir de 3,90 euros le tarama au corail d'oursin,  
Comtesse du Barry, www.comtesseubarry.com

## Gastronhoming, la haute gastronomie à domicile

Gastronhoming, c'est la rencontre d'un chef et d'un sommelier prestigieux qui viennent cuisiner à votre domicile pour au minimum 3 de vos invités. Après s'être rencontrés à l'Institut Paul Bocuse, ils imaginent un tout nouveau concept qui permettrait d'amener la haute gastronomie au sein même de notre cuisine sans bousculer notre quotidien. Le chef François Marchenay s'occupe des courses et arrive 2 heures avant le repas pour cuisiner ; Le Sommelier Pierre-Yves Tremintin est en charge des accords mets-vins. Suivant le principe de saisonnalité des produits, 4 cartes sont proposées tout au long de l'année, afin de vous faire passer un moment d'exception et de raffinement.



**Gastronhoming, à partir de 80 euros par personne pour le menu Retour du Marché + 55 euros pour la suggestion du Sommelier, www.gastronhoming.com**

## Le Bistrot à Deux Têtes : comme à la maison !

Lorsque l'on entre dans le Bistrot à Deux Têtes, on a l'impression d'arriver chez de bons amis ! Pas de chichis, l'ambiance est bon enfant. L'accueil de Pierre-Antoine et Hippolyte est chaleureux et décalé : vous êtes ici chez vous. En cuisine, on retrouve Ludovic, qui twist la cuisine de bistrot avec un soupçon de modernité, en ajoutant un ingrédient inattendu dans chacun de ses plats. La carte est sélective (une viande, un poisson et une pâte par jour) mais les produits sont frais et de saison. En somme, la garantie de déguster un plat gourmand et bien cuisiné ! Un jeudi par mois, vous pourrez venir écouter leurs amis musiciens tout en profitant de l'happy-hour. Toujours dans la volonté de partager et faire découvrir ce qu'ils aiment, un autre jeudi dans le mois, le trio laisse carte blanche au chef étoilé Bernard Vaxelaire pour cuisiner un menu gastronomique en puisant dans ses terres natales, la Normandie. Le Bistrot à Deux Têtes et de grandes idées !



**Le Bistrot à Deux Têtes, 59 Rue du Faubourg Montmartre, 75009 Paris, 01 48 78 35 58**

## Ambiance parisienne rétro au Guynemer

Le Guynemer possède le charme des bistros parisiens dans lesquels on se sent bien, tout naturellement. Banquettes rouges, appliques en métal cuivré, meubles en bois et carreaux de ciment, le restaurant ne manque pas de caractère. Toujours souriant, le personnel de salle est au petit soin avec sa clientèle et sait l'accompagner dans ses choix culinaires. La carte offre d'ailleurs un très grand choix de plats simples, raffinés et variés, toujours cuisinés avec des produits frais. Le Guynemer dispose aussi d'une terrasse, idéale pour siroter son cocktail, à l'emplacement idyllique, située face au Jardin du Luxembourg, prenez quelques instants et profitez, tout simplement. Que ce soit pour un repas d'affaire, un déjeuner en famille ou un dîner en amoureux, vos invités seront plus que conquis.



**Le Guynemer, 78 Rue d'Assas, 75006 Paris, 09 86 36 31 28**



## Pata Negra par Labeyrie

Après le foie gras, le caviar et le saumon, la Maison Labeyrie s'attaque au mythique jambon ibérique Pata Negra. Elaboré dans le plus grand respect de la tradition espagnole, le meilleur jambon du monde, aux notes envoûtantes de noisettes se retrouve désormais en version Grande Tradition (affiné 24 mois) et Grande Réserve (affiné 36 mois). A déguster sans modération.

**Labeyrie, Grande Tradition 5,99 euros et Grande Réserve 9,99 euros, les 60 g**

# NEWSACTU

## Crème & soleil !

La Tarte Tropicane, un must pour tous les gourmands ! Depuis 1955, on ne cesse de dévorer cette petite brioche à la crème, qui fut inspirée par une recette de la grand-mère d'Alexandre Micka. Cette même année, en tournage à St-Tropez pour le film «Et Dieu Créa la Femme», Brigitte Bardot découvre ce dessert et en devient une inconditionnelle. Une pâtisserie toute à son image : douce, sucrée, tout en courbes voluptueuses. BB propose à Alexandre de la baptiser «La Tarte de St-Tropez», qui réunit à la fois son amour pour le gâteau et pour cette ville. La Tropicane est née et devient rapidement l'une des gourmandises françaises les plus connues et les plus aimées ! Dessert à la crème et maillot de bain ne font pas bon ménage ? Brigitte n'en avait que faire, et c'est pour cette raison qu'une collab' est née entre la Tropicane et Vilebrequin, qui proposent notamment une gamme de costumes de bain «Père & fils», ainsi qu'une «Grande Tarte» et des «Baby Trop'» ! Embarquement immédiat pour St-Tropez !



**Maillot Jim Garçon, 90 euros / Moorea, 185 euros, Vilebrequin x La Tarte Tropicane, www.latarartetropicane.fr**



## Vino e Cucina, le brunch made in Italie !

Vino e Cucina, c'est se sentir en Italie alors que l'on est en plein Paris. Dans un univers à la décoration très authentique (cave voûtée, poutres apparentes, murs en pierres) se niche un lieu de rencontres à la fois cave à vin, bar à tapas, bar à vin et restaurant. Vino e Cucina propose près de 300 références en matière de vin qui accompagnent à merveille les délicieux plats italiens du chef. Petite nouveauté, un brunch délicieusement copieux est proposé le Dimanche. 13 plats salés et 15 desserts sont disposés sur le comptoir, en buffet. On y retrouve notamment une sélection de charcuterie et fromages, des pennes Tomate/Courgette/Menthe fraîche, un tiramisù ou une panna cotta à la vanille, à accompagner d'un jus de fruits et d'une boisson chaude. Toutes les saveurs de l'Italie réunies dans un brunch entièrement fait maison, avec des produits de grande qualité, dont la composition varie en fonction des saisons. Profitez de la Dolce Vita en plein quartier Montorgueil.

**Vino e Cucina, 22 Rue St-Sauveur, 75002 Paris, www.vino-cucina.com**  
Brunch le Dimanche de 11h à 15h, 35 euros par personne

## Cristal d'Arques Paris : Le Chic Everyday

Star des listes de mariage, Cristal d'Arques Paris entend désormais accompagner les gourmets dans leur quotidien. Pour ce faire, la Maison se réinvente, sans pour autant renier le chic à la Française qui depuis 50 années fait la renommée de la Maison. Cristal d'Arques revient ainsi sur le devant de la scène avec un nouveau matériau : le cristallin. Une matière sans plomb, extra-résistante, garantissant une brillance durable, une transparence totale et un réel plaisir du son... cristallin ! On aime, la toute nouvelle collection inspirée du courant Art déco et de l'art de vivre parisien. Des créations contemporaines, élégantes, sensorielles et résistantes aux chocs et au lave-vaisselle qui permettent d'enchanter chaque jour sa table !



**www.cristaldarquesparis.com**

Showcase été 2017

## Le renouveau du Baltimore

**CARTE BLANCHE**, c'est le nouveau nom du restaurant du Sofitel Baltimore, tout juste rénové. On y retrouve avec grand plaisir Jean-Philippe Perol. Après avoir côtoyé les plus grands (Marc Marchand, Frédéric Anton entre autres), il prend en 2001 les rênes des cuisines du Baltimore. Sa cuisine contemporaine et respectueuse des produits, la justesse de ses cuissons, ses mets délicats et raffinés offriront, de 2003 à 2012, une étoile au restaurant. Pas de changements au niveau des produits, le Chef du Baltimore met un point d'honneur à n'utiliser que des produits de saison «à l'apogée de leur saveur». Ainsi, la carte change tous les mois, au gré des saisons, en privilégiant fruits et légumes, poissons et viandes AOC, également dans le but de préserver ses clients de l'excédent de gras, de sel et de sucre. Jean-Philippe Perol propose maintenant une nouvelle approche en termes de cuisine et dans sa carte. L'idée : une confiance mutuelle entre le Chef et le convive pour un repas exceptionnel et savoureux. Le «Marché du Chef» est le menu le plus classique avec entrée/plat, plat/dessert ou les 3 réunis. La «Carte» est un choix de 3 entrées, 3 poissons, 3 viandes et 3 desserts où certains ne possèdent comme descriptif que le nom de leur produit. C'est à ce moment là que le chef s'entretient avec son convive afin de connaître ses envies de cuisson, d'accompagnement. La «Carte Blanche» est le menu le plus audacieux : c'est le client qui laisse Jean-Philippe Perol aux manettes de son repas, celui-ci étant une totale surprise gastronomique.

Jean-Luc Jamrozik, Maître Sommelier du Baltimore, propose tous les mois, en fonction de la carte, une sélection de 5 vins blancs, 10 vins rouges et une Maison de Champagne. Toutes les régions françaises y sont représentées, des crus classiques, des découvertes, des vins internationaux...



*La métamorphose du Baltimore est possible grâce à Pierre et Marie-Laure Esnée, tombés amoureux de l'Hôtel. Depuis leur acquisition, ils n'ont de cesse de vouloir l'améliorer, le décorer tout en conservant l'essence du Baltimore : sa classe, son élégance. Rappelons que l'Hôtel se situe dans le 16ème arrondissement et qu'il bénéficie d'une localisation idéale, entre l'Arc de Triomphe, le Trocadéro et le Bois de Boulogne. Typiquement haussmannien, l'édifice possède 7 étages, 103 chambres dont 27 junior-suites avec vue imprenable sur la Tour Eiffel au sixième étage, attraction suprême pour les voyageurs étrangers. Cette remise au goût du jour est le fruit de la collaboration du couple Esnée avec Timothé Coutellier et Luc Giros, architectes designers du cabinet «Les Deux Ailes» qui offrent ainsi au Baltimore un supplément de modernité sans renier le classicisme et le style 100% frenchy de l'Hôtel : mohair, taffetas et velours des fauteuils et canapés, œuvres d'art et mobilier ancien recherché...*

Besoin d'un renseignement pour se déplacer, visiter ? : demander à Tom, le premier conseiller virtuel qui saura vous guider dans vos recherches. Une expérience unique au monde ! Le Baltimore, c'est se sentir comme à la maison, c'est un peu comme rendre visite à des proches. A cela près que l'on conserve le sentiment d'être unique !

**Sofitel Paris Baltimore Tour Eiffel, 88 bis avenue de Kleber, 75116 Paris, 01.44.34.54.54, www.sofitel.com**



# ARTDEVIVRE *La vie en ROsé*

*Parce que*  
**ROSÉ**  
*rime avec*  
**ÉTÉ**

*Qu'il soit fruité, acidulé ou encore sucré, le rosé est LA boisson de l'été!*

C'est un vin qui séduit d'abord par sa fraîcheur et sa jolie palette de couleurs. Chaque bouteille réserve une surprise offrant un arôme différent selon sa provenance. Que ce soit pour agrémenter un déjeuner sur l'herbe, un pique-nique à la plage ou un apéro en terrasse, le rosé tient une place de choix. C'est un vin convivial et frais au rapport qualité prix imbattable ! Même si la majorité est issue des Côtes de Provence, sa terre historique, ou de la Loire, le rosé est maintenant produit dans des hauts lieux viticoles comme le Bordelais. Le rosé était beaucoup moins bien considéré que le rouge ou le blanc mais depuis quelques années il a réussi à se faire une place au soleil pour accompagner nos mets les plus raffinés et séduire les épicuriens les plus exigeants. Les amateurs de rosé se sont prêtés au jeu de la dégustation pour vous présenter leurs coups de cœur de la cuvée 2017. Tchiii !

- 1- Le Clos 2016, Domaine Boudau, [www.domaineboudau.fr](http://www.domaineboudau.fr), 8,20 euros
- 2- Rouge à lèvres 2016, Mas Baux, [www.mas-baux.com](http://www.mas-baux.com), 11 euros
- 3- Rosé d'Archas 2016 AOP Grignan-les-Adhémar, Château Bizard, [www.chateaubizard.fr](http://www.chateaubizard.fr), 8 euros
- 4- Pastel Rosé 2016 AOP Costières de Nîmes, Château de Valcombe, [www.chateauvalcombe.com](http://www.chateauvalcombe.com), 8,90 euros
- 5- Naturae Grenache Rosé, Gérard Bertrand, [www.gerard-bertrand.com](http://www.gerard-bertrand.com), 5,90 euros
- 6- Gris Blanc, Gérard Bertrand, [www.gerard-bertrand.com](http://www.gerard-bertrand.com), 7,30 euros
- 7- La Rose des Vents Coteaux Varois rosé 2016, Le Repaire de Bacchus, [www.lerepairedebacchus.com](http://www.lerepairedebacchus.com), 9,50 euros
- 8- Rosine AOC Corbière rosé 2015, Château Fabre Gasparets, [www.familiefabre.com](http://www.familiefabre.com), 14,20 euros
- 9- Commandeur de Jarras 2016, Domaine Royal de Jarras, [www.domainedejarras.com](http://www.domainedejarras.com), 22,80 euros
- 10- La Chapelle Gordonne 2016, Château La Gordonne, [www.lagordonne.com](http://www.lagordonne.com), 21,50 euros
- 11- Pink Flamingo bio 2016, Domaine de la Félicité, 8,50 euros
- 12- Pointe du Diable 2016, Château Malherbe, [www.chateau-malherbe.com](http://www.chateau-malherbe.com), 15,90 euros
- 13- Côte des Roses, Gérard Bertrand, [www.gerard-bertrand.com](http://www.gerard-bertrand.com), 6,95 euros
- 14- Sauvageonne Volcanic Rosé, Gérard Bertrand, [www.gerard-bertrand.com](http://www.gerard-bertrand.com), 18 euros
- 15- L'instant rosé 2016, Domaine Grande Courtade, IGP Pays d'Oc, [www.familiefabre.com/fr](http://www.familiefabre.com/fr), le magnum 16,80 euros



# LIFESTYLE *Life in ROsé*

*Because*  
**ROSÉ**  
*means*  
**SUMMER**

*Whether fruity, sour or even sweet, the rosé is THE summer drink!*

This is a wine which pleases first for its freshness and its range of colours. Each bottle is a surprise offering a different taste according to its origin. Whether for a lunch on the grass or a picnic on the beach or for a drink at a terrace, rosé is our favourite. It's a friendly and fresh wine with the best value for money ! Even if the majority comes from Côtes de Provence, its historic grounds, or from Loire, rosé is now produced in prestigious places like Bordeaux. Rosé was badly considered compared to red and white wines but during the last few years, it has succeeded in securing a place with our most refined food and seducing the most demanding gourmets. The wine lovers from the editorial staff have tasted them to present their 2017 vintage crushes. Cheers !



- 1- Maguelonne 2016, Château de la Selve, 8,75 euros
- 2- Loverose 2016, Château les Amoureuses, 10,50 euros
- 3- Domaine de la Nartette Bio AOC Bandol, Moulin de la Roque, [www.laroque-bandol.fr](http://www.laroque-bandol.fr), 14,50 euros
- 4- Les Baumes 2016 AOC Bandol, Moulin de la Roque, [www.laroque-bandol.fr](http://www.laroque-bandol.fr), 9,55 euros
- 5- Tarente Réserve 2016 AOC Bandol, Moulin de la Roque, [www.laroque-bandol.fr](http://www.laroque-bandol.fr), 14,80 euros
- 6- Haut-Lirou 2016 AOP Languedoc Pic Saint-Loup, Domaine Haut-Lirou, [www.familierambier.com](http://www.familierambier.com), 8 euros
- 7- Hédô, hédonisme, Gérard Bertrand, [www.gerard-bertrand.com](http://www.gerard-bertrand.com), 6 euros
- 8- Zénith, Estandon Vignerons, [www.estandon.fr](http://www.estandon.fr), 13,50 euros
- 9- Constance 2016 AOP Languedoc Pic Saint-Loup, Domaine Haut-Lirou, [www.familierambier.com](http://www.familierambier.com), 14 euros
- 10- René Couly 2016 Chinon, Couly-Dutheil, [www.coulydutheil-chinon.com](http://www.coulydutheil-chinon.com), 7,10 euros
- 11- Bergerie de l'Hortus 2016 Coteaux du Languedoc, Domaine de l'Hortus, [www.domaine-hortus.com](http://www.domaine-hortus.com), 11,50 euros
- 12- Estandon Légende 2012 Côtes de Provence, Estandon Vignerons, [www.estandon.fr](http://www.estandon.fr), 17 euros
- 13- Sauvageonne La Villa, Gérard Bertrand, [www.gerard-bertrand.com](http://www.gerard-bertrand.com), 39 euros
- 14- Giacometti Patrimonio rosé 2016, Le Repaire de Bacchus, [www.lerepairedebacchus.com](http://www.lerepairedebacchus.com), 11,50 euros
- 15- Villa Roca 2016 AOP Côtes de Provence, Moulin de la Roque, [www.laroque-bandol.fr](http://www.laroque-bandol.fr), 9,10 euros
- 16- Yves Leccia, AOC Patrimonio rosé 2016, [www.yves-leccia.fr](http://www.yves-leccia.fr), 15 euros



# ARTDEVIVRE NectArs Di VinS

## Jouer la CARTE de la légèreté pour vos VINS de l'été

Lorsque les températures grimpent, notre préférence va au rosé mais des vins blancs ou rouges légers s'accorderont parfaitement avec vos plats estivaux.

Accorder le vin aux mets n'est pas seulement question de goût, c'est aussi un art. Il faut savoir mélanger les saveurs. Les blancs, secs et minéraux, légèrement fruités et surtout pas trop frais, seront idéals pour accompagner les salades, les fruits de mer et autres poissons. Les rouges légers seront plus adaptés aux planches de charcuterie ou de fromages ou encore aux viandes grillées au barbecue. Alsace, Provence, Loire, Bourgogne, Bordeaux... le choix est vaste ! Pour vous aiguillez, nous vous proposons une sélection de nos vins préférés de l'été, à consommer avec modération et délectation !

- 1- Les Baumes 2015 AOC Bandol, Le Moulin de la Roque, [www.laroque-bandol.fr](http://www.laroque-bandol.fr), 11 euros
- 2- Château de France 2014 Pessac Léognan, Château de France, [www.chateau-de-france.com](http://www.chateau-de-france.com), 21,70 euros
- 3- Extra Blanc, Gérard Bertrand, [www.gerard-bertrand.com](http://www.gerard-bertrand.com), 7,30 euros
- 4- Goldert Gewurztraminer 2012 AOC Alsace Grand Cru, La Cave des Vignerons de Pfaffenheim, [www.pfaffenheim.com](http://www.pfaffenheim.com), 9,95 euros
- 5- Secret des Vignes 2013 Bonnezeaux, Ackerman, [www.ackerman.fr](http://www.ackerman.fr), 16,20 euros
- 6- Justin Monmousseau Vouvray 2014, Monmousseau, [www.monmousseau.com](http://www.monmousseau.com), 6,90 euros
- 7- Secret des Vignes 2014 Sancerre, Ackerman, [www.ackerman.fr](http://www.ackerman.fr), 16,50 euros
- 8- Château de Tracy 2014 Pouilly Fumé, Château de Tracy, [www.chateau-de-tracy.com](http://www.chateau-de-tracy.com), 19 euros
- 9- Grand Vin Blanc 2015, Domaine de Baronarques, [www.domaine-de-baronarques.com](http://www.domaine-de-baronarques.com), 34 euros
- 10- Constance 2015, IGP Val de Montferrand - St Guilhem-le-Désert, Domaine Haut-Lirou, [www.famillierambier.com](http://www.famillierambier.com), 17 euros
- 11- Clos des Avoueries Mâcon-Cruzille 2015, Château de Messey, [www.chateaudemessey.com](http://www.chateaudemessey.com), 12 euros
- 12- Le Palajo 2015, Abbotts & Delaunay, Maison Badet Clément, [www.abbottsetdelaunay.com](http://www.abbottsetdelaunay.com), 26,90 euros
- 13- La Côte des Monts Damnés, Domaine Henri Bourgeois, [www.henribourgeois.com](http://www.henribourgeois.com), 28 euros
- 14- Viré-Clessé 2015, Maison Albert Bichot, [www.albert-bichot.com](http://www.albert-bichot.com), 17 euros
- 15- Malherbe Blanc 2015, Château Malherbe, [www.chateau-malherbe.com](http://www.chateau-malherbe.com), 30 euros
- 16- Saint-Epine blanc 2015, Domaine Michelas St Jemms, [www.michelas-st-jemms.fr](http://www.michelas-st-jemms.fr), 20 euros



# LIFESTYLE NectArs Of the GOds

## Play the LIGHTNESS card for your summer WINES

When temperatures rise, we prefer rosé but white wines or light red wines will perfectly match with your summer dishes.

To match the wine to the food is not only a question of taste, it's also an art. We have to know how to mix tastes. Dry and mineral, slightly fruity and not too fresh white wines will be perfect with salads, sea food and fishes. Lighter red wines will be adapted to boards of fine meats and cheeses or BBQ grilled meat. Alsace, Provence, Loire, Bourgogne, Bordeaux... there is a large choice! To help you, we propose a selection of our favourite summer wines, to be drunk moderately and with pleasure !

- 1- Château Haut Selve 2015, Maison Leda, 17 euros
- 2- Château de France rouge 2014 Pessac Léognan, Château de France, [www.chateau-de-france.com](http://www.chateau-de-france.com), 23,50 euros
- 3- Château Haut Sarpe 2015, Domaine Janoueix, [www.josephjanoueix.com](http://www.josephjanoueix.com), 21,95 euros
- 4- Domaine de Baronarques Grand Vin Rouge 2014 Limoux, [www.domaine-de-baronarques.com](http://www.domaine-de-baronarques.com), 34 euros
- 5- Lieu-Dit Le Pin 2012 Blaye-Côtes de Bordeaux, Les Vignerons de Tutiac, [www.tutiac.com](http://www.tutiac.com), 12,95 euros
- 6- Lieu-Dit Ter Pointe 2014, Les Vignerons de Tutiac, [www.tutiac.com](http://www.tutiac.com), 14,50 euros
- 7- Tarente 2011 Bandol, Moulin de la Roque, [www.la-roque-bandol.com](http://www.la-roque-bandol.com), 16,80 euros
- 8- Couvent des Thorins 2015, Château du Moulin-à-Vent, [www.chateaudumoulinavent.com](http://www.chateaudumoulinavent.com), 14,90 euros (en vente au Repaire de Bacchus)
- 9- Morgon Côte du Py 2015, Domaine Piron, [www.domaines-piron.fr](http://www.domaines-piron.fr), 16 euros
- 10- Diamant Noir 2015 AOC Grignan-les-Adhémar, Cellier des Templiers, [www.cellierdestempliers.com](http://www.cellierdestempliers.com), 6,80 euros
- 11- Côte de Nuits Villages 2014 Vienville, Domaine de la Poulette, [www.poulette.fr](http://www.poulette.fr), 15 euros
- 12- Rully les Chauchoux, Domaine Belleville, [www.domainebelleville.com](http://www.domainebelleville.com), 15 euros
- 13- D de Dauzac AOC Bordeaux, Château Dauzac Margaux, [www.chateaudauzac.com](http://www.chateaudauzac.com), 9,50 euros
- 14- Château Dauzac 2014 AOC Margaux, Château Dauzac Margaux, [www.chateaudauzac.com](http://www.chateaudauzac.com), 45 euros
- 15- La Cavale Rouge, AOP Lubéron, Domaine La Cavale, [www.domaine-lacavale.com](http://www.domaine-lacavale.com), 19,80 euros
- 16- Fleur de Syrahne, Domaine Michelas St Jemms, AOC Crozes-Hermitage rouge, [www.michelas-st-jemms.fr](http://www.michelas-st-jemms.fr), 14 euros



# ARTDEVIVRE ChamPaGneS! & Cie

Champagnes  
& VINS  
pétillants  
sont les boissons  
STAR de l'été

*Déguster une coupe de champagne sur une terrasse ensoleillée ou face à un coucher de soleil reste le comble du chic.*

Le champagne ou le vin pétillant ne sont plus réservés qu'aux fêtes de fin d'année ou aux «grandes occasions». Les grandes maisons productrices cassent les codes et nous proposent des produits élaborés spécialement pour l'été en associant l'amertume du pamplemousse à la douceur des fruits rouges pour un effet rafraîchissant garanti. Pour les puristes, ces boissons de luxe se dégustent bien fraîches mais surtout pas glacées, la période estivale est donc la saison idéale pour se désaltérer avec raffinement. Que vous l'aimiez dans une coupe, dans une flûte, ou même en cocktail, le champagne reste la boisson de toutes les fêtes, à sortir lors de moments de convivialité en famille ou entre amis. Showcase a sélectionné les meilleures bouteilles et vous incite à buller tout l'été, avec élégance !

- 1- Coffret Ruinart Rosé, Ruinart, [www.ruinart.com](http://www.ruinart.com), 68 euros
- 2- Bulles d'Orélie Rosé, Vignerons Ardéchois, [www.uvica.fr](http://www.uvica.fr), 7,50 euros
- 3- Confidences Rosé Brut 2009, Champagne Chassenay d'Arce, [www.chassenay.com](http://www.chassenay.com), 55 euros avec le coffret
- 4- Brut Nature Rosé zéro dosage, Champagne Drappier, [www.champagne-drappier.com](http://www.champagne-drappier.com), 37 euros
- 5- Brut Rosé, Pommery, [www.champagnepommery.com](http://www.champagnepommery.com), 49 euros
- 6- Cuvé Brut Rosé, Champagne Castelnaud, [www.champagne-castelnaud.fr](http://www.champagne-castelnaud.fr), 32,90 euros
- 7- Cuvée Amphorescence, Gallimard Père et Fils, [www.champagne-gallimard.com](http://www.champagne-gallimard.com), 39 euros
- 8- Grande Réserve Brut, Beaumont des Crayères, [www.champagne-beaumont.com](http://www.champagne-beaumont.com), 24,70 euros
- 9- Grand Cordon, Mumm, [www.mumm.com](http://www.mumm.com), 35 euros
- 10- Coffret Champagne Grand Rosé, Gosset, [www.champagne-gosset.com](http://www.champagne-gosset.com), 54 euros
- 11- Brut Rosé Premier Cru, Champagne Cattier, [www.cattier.com](http://www.cattier.com), 35 euros
- 12- Blanc de Blancs, Champagne Delamotte, [www.champagnedelamotte.fr](http://www.champagnedelamotte.fr), 35,20 euros
- 13- Frèrejean Frères, Blanc de Blancs, à partir de 68 euros, [www.frerejeanfreres.com](http://www.frerejeanfreres.com)



Champagne & SPARKLING wines are the STAR summer drinks

*Taste a glass of champagne on a sunny terrace or watching the sunset is awesome.*

Champagne or sparkling wines are not just for Christmas parties or special occasions. The big houses change the rules and offer us products specially made for summer mixing the sour grapefruit to the sweet red fruits for a guaranteed fresh effect. For purists, these luxury drinks are to be tasted fresh but not iced ; summer is thus the perfect season to get refreshed with sophistication. Whether you like it in a glass alone or mixed in cocktails, champagne is the drink for parties to be opened for family or friend gatherings. Showcase has selected the best bottles and urges you to enjoy elegantly !



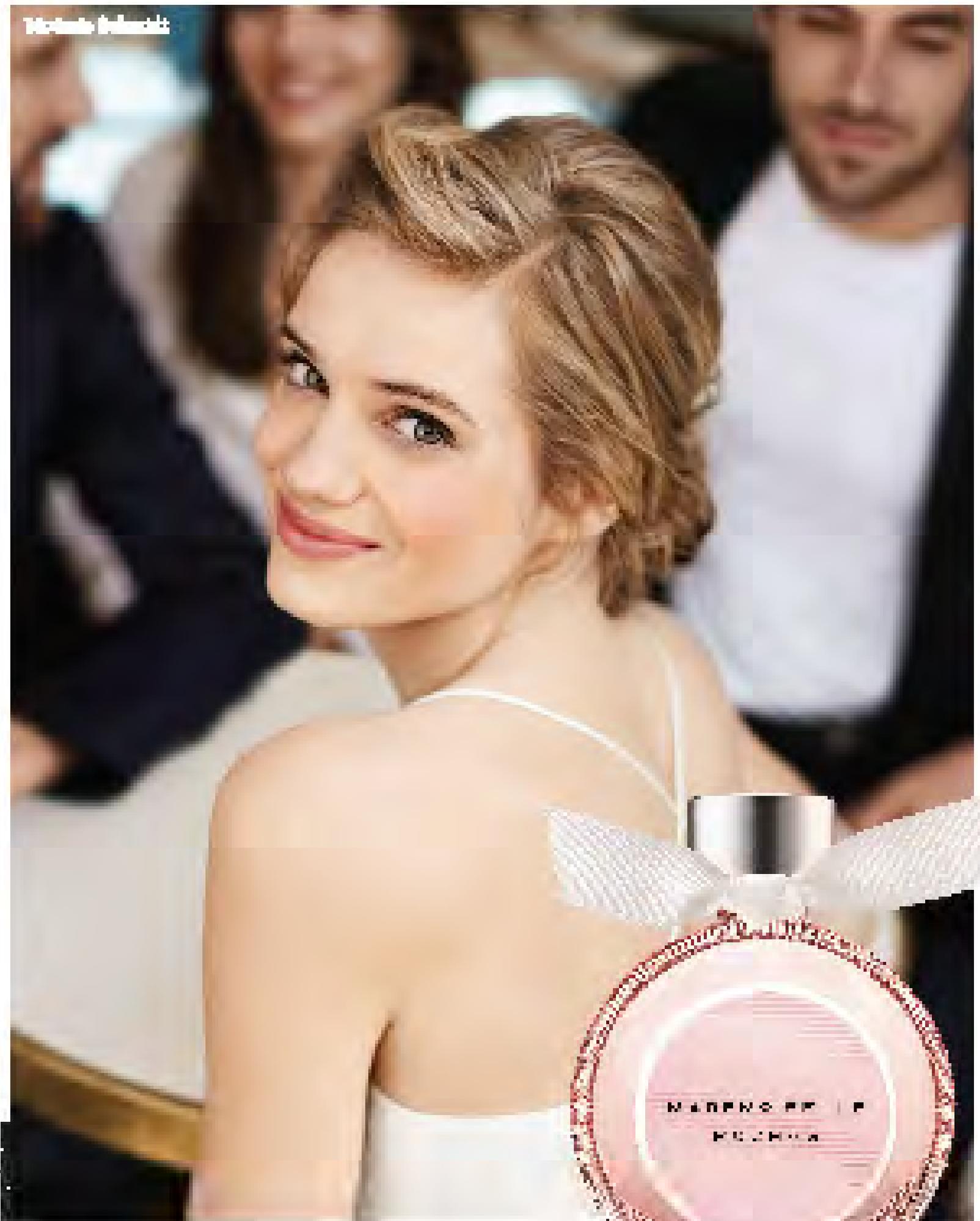
CHAMPAGNE  
CASTELNAU



[champagne-castelnaud.fr](http://champagne-castelnaud.fr)

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Michelle Williams



LE NOUVEAU PARFUM

**M A D E M O I S E L L E**  
**R O C H A S**